2009 திருத்திய பதிப்பு

காப்பிகேட் மார்க்கெட்டிங் 101

செல்வத்தை அடையும் வழியைக் காப்பியடிப்பது எப்படி

பர்க் ஹெட்ஜஸ்

Tamil translation of Copycat Marketing 101 : How to Copycat Your Way to Wealth by Burke Hodges

காப்பிகேட் மார்க்கெட்டிங் 101

செல்வத்தை அடையும் வழியைக் காப்பியடிப்பது எப்படி

பர்க் ஹெட்ஜஸ்

தமிழில்: நாகலட்சுமி சண்முகம்

Published by:



PENTAGON PRESS

Marketed by:



மஞ்சுள் பப்ளிஷிங் ஹவுஸ்

First published in India by:



Pentagon Press,
206, Peacock Lane,
Shahpur Jat, New Delhi, INDIA-110 049

Distributed in India by:

SV Book Supply Company Pvt. Ltd.	**New Horizon Media Pvt. Ltd.**	**IBH Books & Magazines Dist. Pvt. Ltd.**
New Delhi-110 002	Chennai-600 018	Chennai-600 008
Tel: +91 11 2325 8319	Tel: +91 44 4200 9601	Tel: +91 44 2859 2582

Tamil translation of *COPYCAT MARKETING 101- How to Copycat Your Way to Wealth,* by *Burke Hedges*

This edition first published in 2011

ISBN 978-81-8274-576-6

Translation by Nagalakshmi Shanmugam
Editing by PSV Kumarasamy
Typeset at : Fineline, Chennai

Printed & bound in India by
Manipal Technologies Ltd., Manipal.

நன்றி

எல்லோரும் தங்களைக் காப்பியடிக்க வசதியாக
வெற்றி வீதியின் வரைபடத்தை வடிவமைத்துக்
கொடுத்த எம் துறை முன்னோடிகளுக்கு
எனது நன்றிகள்!
உம்முடைய முன்னோக்கும், துணிவும்,
விடாமுயற்சியும் இன்றி
நாங்கள் இன்று எங்கு இருந்திருப்போம்?

சமர்ப்பணம்

நான் பார்த்து அப்படியே பின்பற்ற,
எனக்கு நன்னெறிகளையும்
கடின உழைப்பையும்
ஒரு முன்மாதிரியாக வழங்கிய
என் பெற்றோருக்கு
இப்புத்தகம் சமர்ப்பணம்.

உள்ளடக்கம்

முன்னுரை

விளைவுகள் பிடிக்கவில்லையென்றால், அணுகுமுறையை மாற்றுங்கள்

தற்போதைய காலகட்டத்தில் இரண்டு விஷயங்கள் தேவைப்படுகின்றன. ஒன்று, ஏழைகள் எவ்வாறு வாழ்கிறார்கள் என்று பணக்காரர்கள் தெரிந்து கொள்ள வேண்டும். இரண்டாவது, பணக்காரர்கள் எவ்வாறு உழைக்கிறார்கள் என்று ஏழைகள் தெரிந்து கொள்ள வேண்டும்.

- ஜான் பாஸ்டர்

எனக்குப் பிடித்த வணிகக் கதைகளில் ஒன்று நடுத்தர வயது கொண்ட மேலாளரைப் பற்றியது. தன்னுடைய அன்றாடச் செலவுகளைச் சமாளிக்க முடியாமல் சிரமப்பட்டுக் கொண்டிருக்கும் அவர், நிதித்துறை வல்லுனர் ஒருவரின் ஆலோசனையைக் கேட்க முடிவு செய்கிறார்.

அவர் பெரிதும் மதிக்கப்பட்ட நிதி ஆலோசகர் ஒருவரைச் சந்திப்பதற்கு நாள் குறித்துக் கொள்கிறார். அந்த நிதி ஆலோசகரின் அலுவலகம், பார்க் அவென்யூவில் உள்ள நவீனக் கட்டடத்தில் இருந்தது.

அவர் அந்த அலுவலகத்தின் எழில்மிகு வரவேற்பறைக்குள் நுழைகிறார். ஆனால் வரவேற்பாளருக்குப் பதிலாக, "வேலையில் இருப்பவர்," "சுயதொழில் செய்பவர்" என்று குறிக்கப்பட்டிருந்த இரு கதவுகள் அவரை வரவேற்கின்றன.

அவர் "வேலையில் இருப்பவர்'' என்று குறிக்கப்பட்டிருந்த கதவின் வழியாக நுழைகிறார். அங்கு "நாற்பதாயிரம் டாலருக்குக் குறைவாகச் சம்பாதிப்பவர்,'' "நாற்பதாயிரம் டாலருக்கு மேல் சம்பாதிப்பவர்" என்று குறிக்கப்பட்டிருந்த மேலும் இரு கதவுகள் அவரை வரவேற்கின்றன.

அவர் நாற்பதாயிரம் டாலருக்குக்கும் குறைவாகச் சம்பாதிப்பவர். அதனால் அவர் அந்தக் கதவின் வழியாக உள்ளே நுழைகிறார். அங்கு அவரை இன்னும் இரண்டு கதவுகள் வரவேற்கின்றன. இடது பக்கக் கதவில் "ஆண்டிற்கு இரண்டாயிரம் டாலருக்கு மேல் சேமிப்பவர்" என்றும், வலது பக்கக் கதவில் "ஆண்டிற்கு இரண்டாயிரம் டாலருக்குக் குறைவாகச் சேமிப்பவர்" என்றும் எழுதப்பட்டிருந்தது.

அந்த மேலாளர் தன்னுடைய சேமிப்பில் ஆயிரம் டாலர்கள் மட்டுமே வைத்திருக்கிறார். எனவே வலது பக்கக் கதவு வழியாக நுழைகிறார். அது அவர் புறப்பட்ட இடமான அதே பார்க் அவென்யூவிற்கு மீண்டும் அவரைக் கொண்டு வந்து சேர்க்கிறது.

ஒரே மாதிரியான கதவுகள் ஒரே மாதிரியான முடிவுகளை நோக்கியே அழைத்துச் செல்கின்றன

இக்கதையில் வரும் மேலாளர், வேறு கதவுகளைத் தேர்ந்தெடுக்கத் துவங்கும் வரை, அவரால் தன்னுடைய அவல நிலையிலிருந்து மீள முடியாது

என்பது வேதனையான உண்மை. இக்கதையின் நீதி என்னவென்றால், பெரும்பாலான மக்கள் இந்த மேலாளரைப் போன்றே இருக்கிறார்கள். புறப்பட்ட இடத்திற்கே மீண்டும் கொண்டுவந்து சேர்க்கும் வாழ்க்கைக் கதவுகளையே அவர்கள் தேர்ந்தெடுக்கின்றனர்.

மக்கள் வேறு விளைவுகளைப் பெறுவதற்கான ஒரே வழி, அவர்கள் வேறு கதவுகளைத் தேர்ந்தெடுத்து அவற்றின் வழியாகச் செல்வதுதான், இல்லையா? என்னுடைய அறிவுரையாளர்களில் ஒருவர் இப்படிக் கூறுவது வழக்கம்: "நீ எப்போதும் செய்வதையே தொடர்ந்து செய்து கொண்டிருந்தால், நீ எப்போதும் பெறுவதையே தொடர்ந்து பெற்றுக் கொண்டிருப்பாய்."

நீங்கள் 95 சதவீதத்தினரா அல்லது 5 சதவீதத்தினரா?

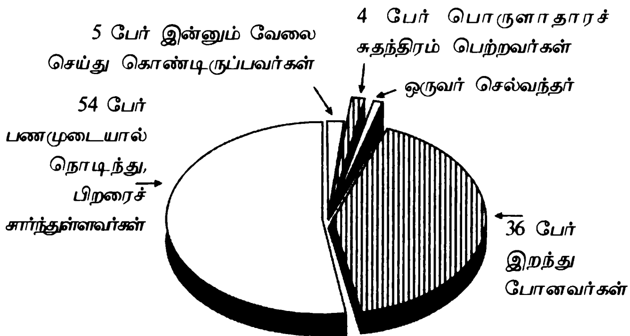
பெரும்பாலான மக்கள் இக்கதையில் வரும் மேலாளரைப் போல, பொருளாதார நெருக்கடி என்னும் முடிவில்லாத சுழற்சியில் மாட்டிக் கொண்டு, ஒரு நம்பிக்கையற்ற சூழலில் உழன்று கொண்டிருக்கின்றனர்.

இக்கதையில் வரும் மேலாளரைப் போலவே, பெரும்பாலான வளர்ந்த நாடுகளில் உள்ள 95 சதவீதப் பணியாளர்கள் பிறரிடத்தில் வேலை செய்பவர்கள். அவர்கள் ஆண்டிற்கு நாற்பதாயிரம் டாலருக்குக் குறைவாகச் சம்பாதிக்கின்றனர். ஆண்டுக்கு சுமார் இரண்டாயிரம் டாலர் வரை அவர்கள் சேமிக்கின்றனர்.

மேலோட்டமாகப் பார்த்தால் இப்புள்ளி விபரம் குறிப்பிடத்தக்க ஒன்றாகத் தோன்றும்; குறிப்பாக நாற்பதாயிரம் டாலருக்குக் குறைவாகச்

சம்பாதிக்கும் மக்களுக்கு. ஆனால் உண்மை என்னவென்றால், இவ்வுலகிலுள்ள 95 சதவீத மக்கள், வாழ்வில் முன்னேறிச் செல்வதில்லை; மாறாக, வாழ்க்கையை ஓட்டிக் கொண்டிருக்கிறார்கள். 65 வயதில் உள்ள ஒரு 'சராசரி' அமெரிக்கரின் நிதி நிலைமையைப் பார்க்கலாமா?

65 வயதடைந்துள்ள 100 அமெரிக்கர்களின் நிலை:



நீங்கள் எப்படி? 95 சதவீதத்தினராக ஆவதற்கு வழிகாட்டும் நிதிக் கதவைத் திறக்கிறீர்களா? அல்லது 5 சதவீதத்தினரைப் போன்று பொருளாதாரச் சுதந்திரத்திற்கும், ஏன், பெருஞ்செல்வத்திற்கும் வழிகாட்டும் கதவுகளைத் திறக்கிறீர்களா?

65 வயதை அடையும் பெரும்பாலான மக்கள் மடிந்தோ, பணமுடையால் நொடிந்தோ, அல்லது வாழ்க்கையைச் சமாளிப்பதற்காக இன்னும் உழைத்துக் கொண்டோ இருப்பதைக் காட்டிலும், தங்களுக்கும் தங்கள் குடும்பங்களுக்கும் இன்னும் அதிகமாகப் பணம் வேண்டும் என்று விரும்புகின்றனர் என்று நான் நம்புகிறேன். 5 சதவீதத்தினராக இருப்பதன் முழுப்

பலன்களையும் அதிகமான மக்கள் புரிந்துக் கொண்டால், மேலும் அதிகமான மக்கள் தங்களுடைய வாழ்க்கையில் மாறுபட்டக் கதவுகளைத் திறக்க முற்படுவார்கள் என்பது என் நம்பிக்கை.

ஒரு கணம் கற்பனை செய்து பாருங்கள்

உங்களுடைய வாழ்க்கையில் நேரமும் பணமும் ஒரு பிரச்சனையே அல்ல என்று ஒரு கணம் கற்பனை செய்து கொள்ளுங்கள்.

உங்களுடைய குழந்தைகளை ஒவ்வொரு நாள் காலையிலும் பள்ளிக்கு நடத்திச் செல்வதாகவும், உங்கள் வேலை காரணமாக அவர்களுடைய எந்த ஒரு பள்ளி நாடகத்தையோ கால்பந்து விளையாட்டையோ தவற விடத் தேவையில்லை என்றும் நினைத்துப் பாருங்கள்.

நீங்கள் உங்களுடைய வேலை நேரத்திற்கேற்ப உங்களுடைய கோல்ஃப் விளையாட்டைத் திட்டமிடுவதற்குப் பதிலாக, உங்கள் கோல்ஃப் விளையாட்டிற்கேற்ப உங்களுடைய வேலையைத் திட்டமிடுவதாக எண்ணிப் பாருங்கள்.

நீங்கள் விடுமுறையில் செல்வதாகவும், உங்களுடைய முதலாளி எதிர்பார்க்கும் நாளில் திரும்பி வராமல் நீங்கள் எப்போது விரும்புகிறீர்களோ அப்போது திரும்பி வருவதாகவும் கற்பனை செய்து கொள்ளுங்கள்.

ஒவ்வொரு மாதத்தின் இறுதியிலும் நீங்கள் காருக்காக வாங்கிய கடனையும், வீட்டுக் கடன் தவணையையும், உங்களுடைய கடன் அட்டையில் வாங்கிய பொருட்களுக்கான தொகையையும் சரியாகத் திருப்பிச் செலுத்துவதாகக் கற்பனை செய்து பாருங்கள்.

நீங்கள் 5 சதவீதத்தினரில் ஒருவர் என்றும், விருப்பம் போல் வந்து செல்வதற்கான பொருளாதரச் சுதந்திரம் படைத்தவர் என்றும் கற்பனை செய்து பாருங்கள்.

இறுதியாக, இப்புத்தகத்தைப் படிப்பதற்காக உங்கள் வாழ்வின் ஒரு மணி நேரத்தை முதலீடு செய்வதன் மூலம் நீங்கள் எப்போதும் தேடிக் கொண்டிருக்கும் ஒன்றான, செல்வத்தைத் உருவாக்குவதற்கான திறவுகோலைக் கண்டறிந்து விட்டதாகக் கற்பனை செய்யுங்கள்.

இப்புத்தகத்தின் நோக்கம்

5 சதவீதத்தில் ஒருவர் ஆவதற்கான வாய்ப்பு ஒருவேளை உங்களுக்குக் கிடைத்தால் நீங்கள் அதைப் பயன்படுத்திக் கொள்வீர்களா?

உங்களுடைய பதில் "ஆம்" என்று இருக்கும் என்று நான் மனதார நம்புகிறேன். ஏனெனில், இப்புத்தகமே அதைப் பற்றித்தான். எந்தக் கதவைத் திறப்பது என்று தெரிந்திருப்பதே பொருளாதாரச் சுதந்திரத்திற்கான இரகசியம் என்பதை வரும் பக்கங்களில் நீங்கள் கற்றுக் கொள்வீர்கள்.

பெரும்பாலான மக்கள் 95 சதவீதத்தினராக இருப்பதற்குக் காரணம் அவர்கள் சம்பளத் தேக்கம், வளர்ச்சி வாய்ப்பற்ற வேலை, பொருளாதாரச் சுதந்திரமின்மை ஆகியவற்றுக்கு இட்டுச் செல்லும் கதவுகளைத் திறக்கும் மக்களைப் பின்பற்றவே பயிற்றுவிக்கப்பட்டுள்ளனர் என்பதை இப்புத்தகம் உங்களுக்கு உணர்த்தும். சுருங்கக் கூறினால், மக்களில் பெரும்பாலானோர் தவறான திட்டங்களையே பின்பற்றுகின்றனர்.

அனேக மக்கள் தற்போது பின்பற்றும் முறை தற்காலிக வருவாயை ஈட்டுவதற்காக உருவாக்கப்பட்ட ஒன்று; மெய்யான செல்வத்தை ஈட்டுவதற்காக அல்ல. ஏனெனில், இது பணத்திற்காக நேரத்தைக் காவு கொடுக்கும் நேர்க்கோட்டு வளர்ச்சித் திட்டத்தின் அடிப்படையில் அமைந்துள்ளது.

மெய்யான செல்வத்தை ஈட்டுவதற்கான திறவுகோல் தூண்டப்பட்ட வளர்ச்சி என்பதையும், பல நூற்றாண்டுகளாகச் செல்வந்தர்கள் பின்பற்றி வரும் ''பன்மடங்கு வளர்ச்சி'' என்னும் ஆற்றல்மிக்கத் தூண்டுகோலைப் பற்றியும் நீங்கள் அறிந்து கொள்வீர்கள்.

செல்வத்தை உருவாக்குவதற்கான "இரகசியம்" நடைமுறையில், நம் ஒவ்வொருவருக்கும் கிடைக்கக் கூடிய ஒன்று என்பதையும் நீங்கள் அறிந்து கொள்வீர்கள். ஏனெனில், இது நாம் அனைவரும் ஏற்கனவே நன்கு அறிந்துள்ள ஓர் உத்தியின் அடிப்படையில் அமைந்துள்ளது. அதுதான் காப்பியடித்தல்.

எல்லாவற்றுக்கும் மேலாக, செல்வத்தை உருவாக்கும் எளிய முறையைப் பின்பற்றுவதன் மூலம் சராசரி மக்கள் பணத்திற்காக நேரத்தைக் காவு கொடுப்பதிலிருந்து விடுபட முடியும் என்பதை நீங்கள் கற்றுக் கொள்வீர்கள். இந்த எளிய முறை பொருளாதாரச் சுதந்திரத்திற்கான கதவினைத் தீர்மானமாகத் திறந்து விடும்!

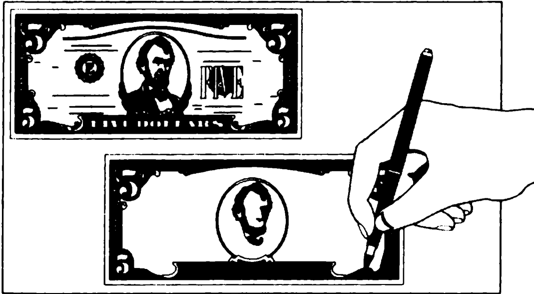
1

நாம் காப்பியடிப்போர் நிறைந்த உலகத்தில் வாழ்கிறோம்

குழந்தைகள் தங்கள் மூத்தோர் சொல்வதைக் கவனிக்க ஒருபோதும் விரும்புவதில்லை. ஆனால் அவர்களைப் பின்பற்றி அச்சசலாக அப்படியே நடந்து கொள்ள ஒருபோதும் தவறுவதில்லை.

- ஜேம்ஸ் பால்ட்வின், நூலாசிரியர்

நான் சிறுவனாக இருந்தபோது முதன் முதலாகப் படித்த புத்தகங்களில் ஒன்று நகைச்சுவைத் துணுக்குகள் கொண்ட புத்தகம் என்பது எனக்கு நன்றாக நினைவிருக்கிறது. என்னையும் எனது



நண்பர்களையும் வயிறு குலுங்கச் சிரிக்க வைத்த கேலியான நகைச்சுவைத் துணுக்குகளில் ஒன்றை இன்னும் நான் என் நினைவில் வைத்துள்ளேன்: "பணம் பண்ணுவதற்குப் பணம் தேவை அதன் வடிவமைப்பை நீங்கள் அப்படியே நகல் எடுக்க வேண்டும், அவ்வளவுதான்."

அது ஒரு கேலியான துணுக்கு என்று நான் ஏற்கனவே கூறினேன் அல்லவா? ஆனால் அதன் அடிப்படைக் கருத்து மிக முக்கியமானது.

செல்வத்தை உருவாக்கும் முறையைக் காப்பி யடிக்க நாம் ஏன் இன்னும் ஒரு வழியைக் கண்டுபிடிக்கவில்லை?

சற்றே எண்ணிப் பாருங்கள். நாம் நமது வாழ்க்கையில் மற்ற எல்லாவற்றையும் காப்பியடிக்கி றோம் இல்லையா? ஆனால் நாம் காப்பியடிக்கக் கற்றுக் கொள்ளாத ஒரு விஷயம், உண்மையான செல்வத்தை உருவாக்கும் முறையைத் தான். காப்பியடிப்பதன் சக்தியைப் பற்றி நாம் சிறிது பார்க்கலாம். அதன் பிறகு, ஏன் பெரும்பாலான மக்கள் செல்வத்தை உருவாக்கும் முறையினைக் காப்பியடிக்கும் வழியைக் கண்டறிய வில்லை என்பதற்கான சில காரணங்களையும் விவாதிக்கலாம்.

காப்பியடித்தல் நாம் திறம்படச் செய்யும் ஒரு காரியம்

நாம் ஒவ்வொருவரும் சில குறிப்பிட்டத் திறமைகளால் ஆசீர்வதிக்கப்பட்டுள்ளோம். அவை நம்மைத் தனித்துவம் கொண்டவர்களாகத் திகழச் செய்கின்றன. சிலர் மிகச் சிறந்த நாட்டியக் கலைஞர்களாக உள்ளனர்; அதே நேரத்தில், பலரால் தாளத்திற்கு ஏற்பக் கால்களைக் கூட அசைக்க

முடிவதில்லை. நம்மில் சிலர் நன்றாக ஓவியம் தீட்டும் திறமை படைத்தவர்கள்; அதே சமயம் நான்கைந்து கோடுகள் போட்டு ஒரு மனித உருவத்தை வரைவதற்குக் கூடச் சிரமப்படுவோர் பலர் உண்டு. நம்மில் சிலர் தலைசிறந்த தடகள வீரர்கள்; அதே சமயம் தடுக்கி விழாமல் நேர்க்கோட்டில் நடக்கக்கூட முடியாத பலர் உள்ளனர்.

ஆனால் நாம் ஒவ்வொருவரும் விதிவிலக் கின்றித் திறம் படைத்தவர்களாக இருக்கும் ஒரு காரியம் தான் காப்பியடித்தல்.

நாம் காப்பியடிப்பதில் எவ்வளவு கைதேர்ந்த வர்கள் என்பதைப் பற்றி நீங்கள் எப்போதாவது எண்ணியதுண்டா? காப்பியடிப்பதைப் பொறுத்த மட்டில் நாம் அனைவருமே வரம் பெற்றவர்கள். நாம் காப்பியடிப்பதில் மேதைகள்! காப்பியடித்தல் என்னும் பண்பில் நாம் எல்லோரும் தலை சிறந்து விளங்குகிறோம்; அது நம் அனைவருக்குமே பொதுவான ஒன்று. இதற்கு நாம் எங்கு வாழ்கிறோம், நம்முடைய தனித் திறமைகள் என்ன என்பது ஒரு பொருட்டே அல்ல. ஏழை அல்லது பணக்காரன், கறுப்பு அல்லது சிவப்பு, ஆண் அல்லது பெண் போன்ற வேறுபாடுகள் எதுவுமின்றி நாம் அனைவரும் சிறப்பாகச் செய்யும் காரியம்தான் காப்பியடித்தல்.

ஆனால் ஏன் இன்னும் செல்வத்தை உருவாக்கும் முறையைக் காப்பியடிக்க நாம் ஒரு வழியைக் கண்டுபிடிக்கவில்லை?

தொட்டில் முதல் சுடுகாடு வரை காப்பியடிப்போர்

நாம் பிறந்த நாளிலிருந்தே காப்பியடிப்பது தொடங்குகிறது. நாம் பேசும் மொழியினை, உண்ணும்

உணவை, தலை வாரிக்கொள்ளும் முறையை, நடக்கும் விதத்தை, உடை உடுத்தும் முறையை என்று எல்லாவற்றையும் காப்பியடிக்கிறோம்.

நாம் பள்ளியில் நுழைந்தவுடன், அகர வரிசையிலுள்ள எழுத்துக்களைக் கப்பியடிப்பதன் மூலம் எழுதவும் படிக்கவும் கற்றுக் கொள்கிறோம். நீங்கள் மேற்கத்தியக் கலாச்சாரத்தில் பிறந்திருந்தால் இடமிருந்து வலமாக எழுதும் முறையைக் காப்பியடிப்பீர்கள். நீங்கள் மத்தியக் கிழக்கு நாடுகளின் ஏதாவது ஒரு பகுதியில் பிறந்திருந்தால் வலமிருந்து இடமாக எழுதும் பழக்கத்தைக் காப்பியடித்திருப்பீர்கள்.

நாம் வளர்ந்தவுடன் மற்றவர்களைப் பார்த்துக் காரோட்டக் கற்றுக் கொள்கிறோம், இல்லையா? பின்னால் வருபவற்றைக் காட்டும் கண்ணாடியை எப்படிப் பயன்படுத்துவது, இடது அல்லது வலது பக்கம் திரும்பப் போகிறோம் என்பதற்கான சமிக்கையை எவ்வாறு இயக்குவது, ஆக்சிலரேட்டரை எவ்வாறு மெதுவாக அழுத்துவது, வரையறுக்கப்பட்ட வேகத்தில் எவ்வாறு ஓட்டுவது, பல சாலைகள் சந்திக்கும் இடங்களில் எவ்வாறு முழுவதுமாக நிறுத்துவது என்பதைப் பயிற்றுவிப்பாளர் நமக்குக் கற்றுத் தந்தார். நாம் எவ்வளவுக்கெவ்வளவு சிறப்பாக நமது பயிற்றுவிப்பாளரைக் காப்பியடித்தோமோ, அவ்வளவுக்கவ்வளவு ஓட்டுநர் தேர்வில் தேர்ச்சி பெற எளிதாக இருந்தது.

ஊரோடு ஒத்து வாழ்

பெரும்பாலும் நம்மைச் சுற்றியுள்ள மக்களைப் பார்த்துக் காப்பியடிப்பதில் வல்லவர்களாக இருப்பதால், நாம் வெவ்வேறு கலாச்சாரங்களைக்

கொண்ட மக்களின் பழக்கவழக்கங்களைப் பார்த்து அதிர்ச்சியடைகிறோம். இதைத்தான் "நீங்கள் ரோமிலிருக்கும்போது ரோமானியர்கள் செய்வதைப் போலச் செய்யுங்கள்" என்ற சொற்றொடர் குறிக்கிறது. அதாவது, பல்வேறு கலாச்சாரங்களை, குறிப்பாக, நாம் வேறு நாடுகளுக்குச் செல்லும்போது, மதித்துப் போற்றுவது அவசியம் என்பது அதன் பொருள்.

ஆனால் அவ்வாறு சொல்வது எளிது, செய்வது கடினம். நாம் நம்மைச் சுற்றியுள்ளவர்களின் பழக்க வழக்கங்களைப் பார்த்துப் பின்பற்றும்போது சௌகரியமாக உணர்கிறோம். ஆனால் மற்ற கலாச்சாரங்கள் எவற்றையெல்லாம் பின்பற்றுகின்றன என்பதைப் பற்றிக் கேள்விப்படும்போது நாம் வியக்கிறோம்; சமயங்களில் அது நமக்கு வேடிக்கையாகக்கூடப் படுகிறது. உலகெங்கிலும் உள்ள மக்கள், தொலைக்காட்சி பார்த்துக் கொண்டிருக்கும் போது உண்ண விரும்பும் சிற்றுண்டி எது என்பது குறித்த இச்சிறிய பட்டியல், நான் என்ன கூற வருகிறேன் என்பதை உங்களுக்கு விளக்கும்.

அமெரிக்கா	பாப்கார்ன்
சீனா	கோழிக்கால்
ஜப்பான்	டீ சான்ட்விச்
மெக்சிகோ	வறுக்கப்பட்ட சோளம்
இந்தியா	மட்டன் சான்ட்விச்
கொரியா	கணவாய் மீன் கருவாடு

கணவாய் மீன் கருவாடு? கோழிக்கால்? மக்கள் இதையெல்லாம் கூடவா சாப்பிடுவார்கள்? நீங்கள் கொரியாவில் வளர்ந்திருந்தால் தொலைக்காட்சி பார்த்துக் கொண்டிருக்கும்போது எந்த வகையான

சிற்றுண்டியைச் சாப்பிடுவீர்கள் என்பதை ஊகித்துப் பாருங்கள். உங்கள் ஊகம் சரியானதே. கணவாய் மீன் கருவாடுதான்!

நாம் பணியாற்றும் விதத்தைக் காப்பியடித்தல்

இதுதான் நான் குறிப்பிட விரும்புவது: கலாச்சாரங்களுக்கிடையே எண்ணற்ற வேறுபாடுகள் உள்ளன; ஆனால் ஒவ்வொரு தனிப்பட்டக் கலாச்சாரத்திற்கும் பொதுவான விஷயம் ஒன்று உள்ளது. அது, நாம் பின்பற்றும் கலாச்சாரங்களைக் கற்றுக் கொள்ளும் விதம். அதுதான் காப்பியடித்தல்! நாம் பலவற்றை மற்றவர்களைப் பின்பற்றி அப்படியே செய்கிறோம். ஆனால் நாம் அதைச் சாதாரணமாக எடுத்துக் கொள்கிறோம். காற்றைச் சுவாசிப்பது போலவே, மற்றவர்களைப் பின்பற்றிக் காப்பியடிப்பதும் நமது இயல்பாக மாறிவிடுகிறது. எனவே நான் மீண்டும் உங்களிடம் கேட்கிறேன். மற்றவர்களைக் காப்பியடித்துச் செல்வத்தை உருவாக்கும் வழியினை இன்னும் நாம் ஏன் கண்டறியவில்லை?

காப்பியடித்தல் என்பது மனித இனம் நன்கு அறிந்த, மிகவும் சக்தி வாய்ந்த, கற்பதற்கான கருவி என்பதில் வேறு கருத்திற்கே இடமில்லை. இவ்வாறு காப்பியடிப்பது, சிறு பழக்கங்கள் முதல், வாழ்க்கைப் பாதையை மாற்றும் பெரும் முடிவுகள் வரை, நம்முடைய வாழ்வின் ஒவ்வொரு நிலையையிலும் பெரும் தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகின்றது.

உதாரணமாக, நாம் நமது வாழ்க்கையின் பெரும்பகுதியை அலுவலகப் பணியில் செலவிடுகிறோம். உங்கள் பணியில் நீங்கள் செய்யும் வேலைகளை எவ்வாறு கற்றுக் கொண்டீர்கள் என்று நீங்கள் எப்போதாவது எண்ணிப் பார்த்தது உண்டா?

கணினியில் நீங்கள் எவ்வாறு கடிதம் எழுதக் கற்றுக் கொண்டீர்கள்? அலுவலகத்திற்குச் செல்லும்போது எந்த வகையான ஆடைகளை அணிவது என்பதை எவ்வாறு தெரிந்து கொண்டீர்கள்? வேலைக்குப் புதிதாக வருபவர்களுக்கு, நீங்கள் எவ்வாறு வேலையைக் கற்றுக் கொடுத்தீர்கள்? நீங்கள் செய்ததைப் பார்த்து அதனைப் பின்பற்றிச் செய்யுமாறு கற்பித்தீர்கள், அப்படித்தானே? உளவியலாளர்கள் இதனை "முன்மாதிரியைப் பின்பற்றுதல் மற்றும் பிரதிபலித்தல்" என்று கூறுவர். நான் இதனைத் தொழில்ரீதியான காப்பியடித்தல் என்று கூறுகிறேன்!

தொட்டில் முதல் சுடுகாடுவரை நாம் வாழ்க்கை முழுவதும் பிறரைப் பார்த்துச் செயல்படுகின்றோம் என்பதில் எவ்விதமான சந்தேகமும் இல்லை. ஏனெனில், மற்றவர்களைக் காப்பியடிப்பது மிக எளிது. எல்லாவற்றையும் எந்நேரத்திலும் ஆரம்பத்திலிருந்து உருவாக்கத் தேவையில்லை. இது நன்றாக வேலையும் செய்கிறது. நாம் இத்திறமையோடு பிறக்கும் மேதைகள்! "குரங்கு எதைப் பார்க்கிறதோ, அதைச் செய்கிறது" என்ற கூற்றை, "மக்கள் எதைப் பார்க்கின்றனரோ, அதைச் செய்கின்றனர்" என்றும் கூறலாம்.

எனவேதான் நான், காப்பியடிப்போர் நிறைந்த உலகத்தில் நாம் வாழ்கிறோம் என்று கூறுகிறேன். உலகிலுள்ள ஒவ்வொரு மனிதனும் ஒரு செயலில் மிகவும் திறமையாக இருக்கிறான் என்றால், அது காப்பியடிப்பதில்தான்.

வேலையில் காப்பியடித்தல் குறித்த ஒரு வரலாற்றுப் பாடம்

பணம் சம்பாதிக்கும் வழியைக் கூட நாம் காப்பியடிக்கத் தயங்குவதில்லை. பல்லாயிரம் ஆண்டுகளாக உழவர்களின் குழந்தைகள் தங்களுடைய

பெற்றோர்களைப் பின்பற்றி உழவர்கள் ஆனார்கள். செருப்புத் தைப்பவர்களின் குழந்தைகள் செருப்புத் தைப்பவர்களாக ஆனார்கள். அதனால்தான் நம்மில் பலருடைய பெயரின் கடைசிப் பகுதி நாம் செய்யும் தொழிலின் அடிப்படையில் அமைந்துள்ளது. உதாரணமாக, ஃபார்மர், ஸ்மித், கார்ப்பென்டர், டெய்லர் போன்ற பெயர்களைக் குறிப்பிடலாம்.

தொழிற்புரட்சி ஏற்பட்டதைத் தொடர்ந்து, ஃபார்மர், ஸ்மித், கார்ப்பென்டர், டெய்லர் போன்றவற்றைத் தங்கள் பெயரின் கடைசிப் பகுதியாகக் கொண்டிருந்த இலட்சக்கணக்கான குழந்தைகள், தங்கள் குடும்பத் தொழிலிலிருந்து விலகி, 'வேலை' என்ற புதிய விஷயத்தைக் காப்பியடிக்க நகரத்திற்குச் சென்றனர்.

மற்றவர்களைக் காப்பியடித்து வேலை செய்யும் முறை பல தலைமுறைகளுக்கு, குறிப்பாக, தொழிற்புரட்சியின் முடிசூடா மன்னனாக விளங்கிய அமெரிக்காவில் நன்றாகச் செயல்பட்டது. இருபதாம் நூற்றாண்டின் முதற்பாதி முழுவதும் இரு உலகப் போர்களாலும், மாபெரும் பண வீழ்ச்சியாலும் இருளடைந்திருந்த காரணத்தால், பெரும்பாலான மக்கள் தங்களுடைய குடும்பத்தினர் மற்றும் நண்பர்களைப் பின்பற்றி, காலையில் துவங்கி மாலையில் முடியும் ஓர் அலுவலக வேலையில் மட்டற்ற மகிழ்ச்சியுடன் இருந்தனர். மக்களுடைய எதிர்பார்ப்புகள் அவர்களுடைய வாழ்க்கைத் தரத்தை மிஞ்சாத நிலையில் இருந்தவரை "ஒரு வேலை கிடைக்க வேண்டும்" என்ற மனநிலையைக் காப்பியடித்த மக்கள், தங்களுக்குக் கிடைத்ததைக் கொண்டு மனநிறைவு அடைந்து வந்தனர்.

காப்பியடிப்பதற்கு முன் சிந்தித்துப் பாருங்கள்

வாழ்வின் மற்றபிற எல்லா விஷயங்களைப் போல, காப்பியடித்தலுக்கும் ஒரு மறுபக்கம் இருக்கிறது. நாம் ஏதோ ஒன்றைப் பார்த்துக் காப்பியடிப்பதாலேயே அது நல்லதாகவோ, திறமையானதாகவோ, ஆக்கப்பூர்வமானதாகவோ ஆகி விடாது. துரதிர்ஷ்டவசமாகப் பல நேரங்களில், காப்பியடிப்பது என்பது நாம் சிந்திக்காமல் சோம்பேறியாக இருப்பதற்கான ஒரு சாக்குப்போக்கு தான்.

முக்கிய வீதி ஒன்றில் கடை வைத்திருந்த ஒரு வயதான கடைக்காரரைப் பற்றிய கதை ஒன்றை இது எனக்கு நினைவுபடுத்துகிறது. அவர் தனது கடையின் சன்னலில் ஒரு பெரிய கடிகாரத்தை வைத்திருந்தார். பல ஆண்டுகளாக, கௌரவமாகத் தோற்றமளித்த ஒருவர் தினசரி நண்பகலில், தன் கடைச் சன்னலில் உள்ள கடிகாரத்தின் முன் நின்று தனது கைக்கடிகாரத்தை எடுத்து மிகவும் கவனமாக நேரத்தை சரி செய்து கொள்வதை அக்கடைக்காரர் கவனித்து வந்தார்.

ஒரு நாள் அக்கடைக்காரரால் தன்னுடைய ஆர்வத்தைக் கட்டுப்படுத்த முடியவில்லை. அன்று மீண்டும் அந்நபர் அக்கடிகாரத்தின் முன்னால் வந்து நின்றபோது, கடைக்காரர் தன்னுடைய கடையை விட்டு வெளியே ஓடி வந்து, அவர் தினமும் தன்னுடைய கடிகாரத்தின் நேரத்தை ஏன் சரி செய்து கொள்கிறார் என்று அவரிடம் கேட்டார்.

அம்மனிதர் புன்னகைத்து, “நான் நகரிலுள்ள ஆலையில் மேற்பார்வையாளராக உள்ளேன். ஒவ்வொரு நாளும் மாலை ஐந்து மணிக்கு வேலை முடிந்து விட்டதைத் தெரிவிக்கும் ஆலைச் சங்கை

இயக்குவது என் வேலை. அது துல்லியமாக ஒலிக்கப்படுகிறது என்பதை நான் உறுதி செய்து கொள்ள விரும்புகிறேன்," என்று பதிலளித்தார்.

அந்த வயதான கடைக்காரர் அவரைத் திகைப்புடன் பார்த்தார் பின்னர் தாங்க முடியாமல் சிரித்தார். இப்போது அம்மனிதர் ஓரடி பின்னால் சென்று, கோபத்துடன், "இதில் நகைப்பதற்கு என்ன இருக்கிறது?" என்று கேட்டார்.

"என்னை மன்னிக்கவும். உங்களிடம் மரியாதைக் குறைவாக நடக்க வேண்டும் என்பது என் எண்ணமில்லை. ஆனால் என்னால் சிரிக்காமலும் இருக்க முடியவில்லை. ஏனெனில் இத்தனை ஆண்டுகளும், நீங்கள் ஐந்து மணிக்கு ஒலிக்கச் செய்யும் சங்கின் சத்தம் கேட்டுத்தான் நான் என் கடிகாரத்தின் நேரத்தைச் சரி செய்து கொண்டு வருகிறேன்," என்று கடைக்காரர் பதிலளித்தார்.

காப்பியடிப்பதிலுள்ள பிரச்சனையை இக்கதை நமக்குத் துல்லியமாக எடுத்துரைக்கிறது. நாம் மற்றவர்களைப் பின்பற்றி நடக்கிறோம். மற்றவர்கள் நம்மைப் பின்பற்றி நடக்கிறார்கள். பெரும்பாலும் நாம் அனைவரும் யாரைப் பார்த்து செயல்படுகிறோமோ அவர்களிடம் 'சரியான விடை' இருக்கிறது என்றே ஊகிக்கிறோம். நாம் சரியான நபர்களையே பின்பற்றி நடக்கிறோம் என்று நாமாகவே அனுமானித்துக் கொள்கிறோம் என்பதை நான் இங்கு வலியுறுத்த விரும்புகிறேன்.

நாம் ஒரு வேலையில் ஏன் சேர்கிறோம் என்று சிந்திக்காமலேயே அதில் சேரும்போது, மிகச் சரியாக இப்படித்தான் நடக்கின்றது. பெரும்பாலான மக்கள் செல்வத்தை உருவாக்குவதற்கு, வேலையே சிறந்த வழி

என்று நினைத்துக் கொண்டிருக்கிறார்'கள் என்று நான் கருதுகிறேன். ஆனால் யதார்த்தத்தில், உண்மையான செல்வத்தை வேலைகள் உருவாக்குவதில்லை. மாறாக, அவை தற்காலிக வருவாயையே உருவாக்குகின்றன. இவை இரண்டிற்கும் மிகப் பெரிய வித்தியாசம் உள்ளது.

வேலையைக் காப்பியடிப்பது பற்றி நாம் மறு ஆய்வு செய்வோம்

நான் முன்னரே குறிப்பிட்டது போல மனிதர்களுக்கு நன்கு தெரிந்த, மிகவும் சக்தி வாய்ந்த, கற்பதற்கான கருவி காப்பியடித்தல் ஆகும். ஆனால் அவ்வப்போது நாம் சற்று நிதானித்து, நாம் மற்றவர்களிடமிருந்து எவற்றைப் பின்பற்றுகிறோம், ஏன் பின்பற்றுகிறோம் என்பது குறித்த நம்முடைய ஊகங்கள் சரியானவைதானா என்று ஆய்வு செய்ய வேண்டும். இது நாம் எதைப் பெற நினைத்துக் காப்பியடிக்கிறோமோ, அது நமக்குக் கிடைப்பதை உறுதி செய்து கொள்ள உதவும்.

நான் இந்த அத்தியாயம் முழுவதும் "நாம் ஏன் இன்னும் செல்வத்தை உருவாக்கும் முறையைக் காப்பியடிக்க ஒரு வழியைக் கண்டுபிடிக்கவில்லை?" என்ற வினாவை மீண்டும் மீண்டும் எழுப்பியுள்ளேன். இதற்கான விடை உண்மையில் வெளிப்படையானது; வேதனைக்குரியது. நம்மில் பலரும் செல்வத்தை உருவாக்குவதற்கான வழிக்குப் பதிலாக வேலையைப் பெறுவதற்கான வழிகளைக் காப்பியடித்து வந்துள்ளோம்.

ஏன்? ஏனெனில் வேலை ஒன்றே தங்களுடைய பொருளாதாரக் கனவுகளை நனவாக்குவற்கான ஒரே

வழி என்று பெரும்பாலான மக்கள் கருதுகின்றனர். ஒரு வேளை அவர்கள் வேலைக்கான மாற்று வழிகளை அறியாதிருக்கலாம். அல்லது செல்வம் சேர்க்க வேறு வழிகளும் உண்டு என்பதை அவர்கள் நம்பாது இருந்திருக்கலாம். ஒருவேளை வழக்கமான வேலையைத் தவிர, வேறு எந்த வழியிலும் தங்களால் செல்வத்தைச் சேர்க்க முடியாது என்று அவர்கள் நினைத்திருக்கலாம்.

காரணம் எதுவாக இருப்பினும் விளைவில் மாற்றம் எதுவுமில்லை. பெரும்பாலான மக்கள் 95 சதவீதத்தினராக மாறுகின்றனரே அன்றி 5 சதவீதத்தினராக மாறுவதில்லை. ஏனெனில், அவர்கள் உண்மையான செல்வத்தை உருவாக்குவதற்குப் பதிலாக, தற்காலிக வருவாயை ஏற்படுத்தும் வேலைக்கான வழிகளையே காப்பியடிக்கின்றனர்.

நீங்கள் எப்படிப்பட்டவர்? நீங்கள் எதைப் பின்பற்ற முடிவு செய்துள்ளீர்கள்? நீங்கள் 95 சதவீத மக்களைப் போன்று வேலைக்கான வழியைத் தேர்ந்தெடுக்கப் போகிறீர்களா? அல்லது 5 சதவீதத்தினரைப் பின்பற்றி, செல்வத்தை உருவாக்கும் வழியில் போகப் போகிறீர்களா?

உங்களுடைய ஊகங்களிலிருந்து விடுபடுங்கள்

ஓர் அறிஞர் கூறியதைப் போன்று "உங்களுடைய மனம் ஒரு பாராசூட் போன்றது. விரிந்திருந்தால்தான் அது உபயோகப்படும்." இன்று நாம் முன்பு எப்போதும் இருந்ததைவிட, திறந்த மனத்துடன், வேலைகள் வருவாயைப் பெறுவதற்கான ஒரு முறையே அன்றி, செல்வத்தை உருவாக்குவதற்கான வழி அல்ல என்று உணர்ந்து கொள்ள வேண்டியது மிகவும் இன்றியமையாதது.

மக்கள் வாழ்க்கையை ஓட்டுவதற்கு மாறாக, வாழ்வில் முன்னேற வேண்டும் என்று உண்மையிலேயே தீவிரமாக இருந்தால், அவர்கள் தங்களுடைய அனுமானங்களிலிருந்து விடுபட்டு, செல்வத்தை உருவாக்குவதற்கான மாற்று வழிகளை உபயோகிக்கத் திறந்த மனத்துடன் இருக்க வேண்டும் என்பது என் கருத்து.

95 சதவீதத்தினர் அதாவது, 'வேலை' என்று குறிக்கப்பட்டுள்ள கதவின் வழியாகவே தொடர்ந்து செல்பவர்கள், புறப்பட்ட இடத்திற்கே தொடர்ந்து வந்து சேருவார்கள் என்று நான் நம்புகிறேன்.

இருந்தாலும், நாம் உண்மையிலேயே மாறுபட்ட விளைவுகளைப் பெறவும், 5 சதவீதத்தினராக மாறவும் தீவிரமாக இருந்தால், நாம் செல்வத்தை உற்பத்தி செய்வதற்காக உள்ள கதவின் வழியாகச் செல்வது அவசியம்.

நாம் அடுத்த அத்தியாயத்தில், வருவாய் ஈட்டுவதற்கும் செல்வத்தை உருவாக்குவதற்குமான வேறுபாட்டினைப் பற்றி இன்னும் ஆழமாக ஆராயலாம். வரலாற்றில் இதுவரை இல்லாத அளவிற்கு இன்று நமக்கு உண்மையான செல்வத்தை அடைவதற்கான சாத்தியக்கூறுகள் ஏன் அதிகமாக உள்ளன என்பதையும் கற்றுக் கொள்ளலாம்.

2

‘மெய்யான’ செல்வம் எது?

நீங்கள் ஒரு பணக்காரர் என்று பிறரிடம் நீங்களே தெரிவிக்க வேண்டியிருந்தால், நீங்கள் பணக்காரர் அல்ல.

- ஜோ இ. பிரௌன், நகைச்சுவையாளர்

செல்வச் செழிப்புடன் இருப்பது என்றால் என்ன - அதாவது, மெய்யான செல்வத்துடன்?

உண்மையில், செல்வம் என்ற வார்த்தை பல்வேறு வகையான மக்களுக்குப் பல்வேறு வகையாகப் பொருள்படும். என்னைப் பொறுத்தவரை, செல்வம் என்பது வேண்டிய பொருட்களை வாங்கக்கூடிய சக்தி மட்டுமல்ல. அது ஒரு முழுமையான சுதந்திரமும் கூட.

இதுதான் செல்வம் குறித்த என்னுடைய சொந்த வரையறை. செல்வத்தின் அனைத்துப் பெரும் பலன்களையும் இது உள்ளடக்கியுள்ளது என்று நான் நினைக்கிறேன்:

செல்வம் என்பது நீங்கள் உங்களுக்கு

விருப்பமானவற்றை விரும்பிய நேரத்தில் செய்வதற்குப் போதுமான பணத்தையும் நேரத்தையும் கொண்டிருப்பது.

பல மில்லியன்களுக்குச் சொந்தக்காரரான பில் கேட்ஸ், மைக்ரோ சாப்ட்டின் தலைமை நிர்வாக அதிகாரியாக இருப்பதற்குக் காரணம் அவர் அவ்வாறு இருந்தாக வேண்டும் அல்லது அவர் அவ்வாறு இருக்க விரும்புகிறார் என்று நீங்கள் நினைக்கிறீர்களா? என்னைப் பொறுத்தவரை, தான் விரும்பியவற்றை விரும்பிய நேரத்தில் செய்யும் அளவுக்குப் போதுமான பணமும் நேரமும் பில் கேட்ஸிடம் உள்ளது என்று கூறுவது பொருத்தமாக இருக்கும் என்று தோன்றுகிறது. ஏனெனில், பில் கேட்ஸ் உண்மையான செல்வத்தை உருவாக்கியுள்ளார், வெறும் வருவாயை அல்ல. ஒரே வார்த்தையில் கூறுவதானால், உண்மையான செல்வம் என்பது சுதந்திரம் ஆகும்.

செல்வம் என்பது தேர்ந்தெடுப்பதற்கான சுதந்திரம்

சக் ஃபீனி என்பவர் பில்கேட்ஸை ஒத்த பெரும் பணக்காரர். உலகெங்கிலுமுள்ள விமான நிலையங்களில் உள்ள நூற்றுக் கணக்கான சுங்கவரியற்ற கடைகளின் நிறுவனர் என்ற முறையில், அவர் பல பில்லியன்களுக்குச் சொந்தக்காரர். பல பில்லியன்களுக்குச் சொந்தக்காரராக இருந்தவர் என்றுதான் கூற வேண்டும். 1984ல் ஃபீனி தன்னுடைய சொத்தான 3.5 பில்லியன் டாலர்களில் 99.5 சதவீதத்தை ஓர் அறக்கட்டளைக்கு நன்கொடையாக வழங்கினார். இன்று அவர் தன்னுடைய நேரத்தையும் பணத்தையும் உலகெங்கிலுமுள்ள பயனுள்ள விஷயங்களுக்கு நன்கொடையாக வழங்கி வருகிறார்.

உண்மையான செல்வம் என்பது ஒருவர் தன்னுடைய நேரத்தையும் பணத்தையும் எவ்வாறு செலவிட வேண்டும் என்பதைத் தேர்ந்தெடுப்பதற்கான சுதந்திரத்தைக் கொண்டிருப்பதே என்பதைப் பில் கேட்ஸூம் சக் ஃபீனியும் புரிந்து கொண்டுள்ளனர். கேட்ஸ் அதிக செல்வத்தை உருவாக்குவதில் தனது நேரத்தைச் செலவிடுகிறார்; ஃபீனியோ தன்னுடைய சொத்துக்களைத் தானமாகக் கொடுப்பதில் தனது நேரத்தைச் செலவழிக்கிறார். இவ்விருவரும் இருவேறு விஷயங்களைத் தேர்ந்தெடுக்க, அவர்களுக்கு இடையே இருந்த ஒரு பொதுவான அம்சம் உண்மையான செல்வம்தான்.

உங்களுடைய நேரத்தைப் புத்திசாலித்தனமாகச் செலவிடுங்கள்

பெரும்பாலான மக்கள் உண்மையான செல்வம் என்பது பௌதீகப் பொருட்களை வாங்குவதற்குத் தேவையான ஏராளமான பணத்தைக் கொண்டிருப்பது என்று நினைக்கின்றனர். ஆனால், உண்மையான செல்வம் என்பது அதிகமான பொருட்களை வாங்குவதைப் பற்றியது அல்ல; மாறாக நீங்கள் விரும்புபவற்றைச் செய்வதற்கு அதிகமான நேரத்தைக் கொண்டிருப்பது என்பதை விவேகமானவர்கள் புரிந்து கொண்டுள்ளனர்.

இதைப் பற்றிக் கொஞ்சம் சிந்தியுங்கள். நீங்கள் வயதாகி, நரை விழுந்து, ஒரு மருத்துவமனையின் நுழைவாயிலில் உள்ள வராண்டாவில் அமர்ந்து கொண்டு, நீங்கள் எவ்வாறு உங்கள் வாழ்க்கையை வாழ்ந்தீர்கள் என்று ஆழ்ந்து சிந்தித்துக் கொண்டிருக்கும்போது, நீங்கள் எதைப் பற்றி அதிகமாக வருத்தப்படக் கூடும்? விலையுயர்ந்த ஒரு வீட்டை வாங்க

முடியவில்லை என்பதைப் பற்றியா? அல்லது உங்கள் குழந்தைகள் சிறியவர்களாக இருந்தபோது அவர்களுடன் அதிக நேரம் செலவிட்டிருக்கலாமே என்ற ஆதங்கத்தைப் பற்றியா?

நீங்கள் எதைப் பற்றி அதிகமாக வருத்தப்படக் கூடும்? அலுவலகத்தில் நீங்கள் விரும்பிய அந்தப் பதவி உயர்வுக்காக நாள் முழுவதும் வேலை செய்ய முடியாததைக் குறித்தா? உங்களுடைய அருகாமை தேவைப்பட்ட சமயத்தில் உங்கள் பெற்றோர்களுடனும் நண்பர்களுடனும் அதிக நேரத்தைச் செலவிட முடியவில்லை என்பது குறித்தா?

நம்மிடம் உள்ளதிலேயே மிகவும் விலைமதிப்பற்ற பொருள் நேரம்தான். அது தங்கத்தை விட அதிக மதிப்பு வாய்ந்தது. ஏனெனில், அது ஒருமுறை போய்விட்டால், உங்களால் அதைத் திரும்பப் பெற முடியாது! நீங்கள் உங்களுடைய காரைச் சேதப்படுத்திவிட்டால், வேறொரு காரை வாங்கிக் கொள்ளலாம். உங்கள் வேலையை இழந்துவிட்டால், வேறொரு வேலையைத் தேடிக் கொள்ளலாம். ஒரு தவறான முதலீட்டில் பணத்தை இழந்துவிட்டால், அதிக பணத்தைச் சம்பாதித்துக் கொள்ளலாம். ஆனால், நீங்கள் தொலைத்துவிட்ட அல்லது முறை தவறிச் செலவிட்டுவிட்ட நேரத்தை உங்களால் எப்போதுமே திரும்பப் பெற முடியாது. முடியாமா உங்களால்? ஒருமுறை போய்விட்டால் போனதுதான்.

ஒரு பண்டைய சீனப் பழமொழி இதை அழகாகக் கூறுகிறது: "ஒரு கணத்தை வீணாக்குவதைவிட உங்களுடைய செல்வம் அனைத்தையும் ஆழமான கிணற்றில் போட்டுவிடுவது சிறந்தது." அதனால்தான் உண்மையான செல்வம்

என்பது விரும்பியவற்றை விரும்பிய நேரத்தில் செய்வதற்குப் போதுமான பணத்தையும், போதுமான நேரத்தையும் கொண்டிருப்பது என்று நான் கூறுகிறேன். சந்தேகத்திற்கிடமின்றி, உண்மையான செல்வத்தின் பெரும் பயன் என்பது உங்களது நேரத்தை எவ்வாறு செலவழிக்க வேண்டும் என்பதை நீங்களே தேர்ந்தெடுக்கும் சுதந்திரத்தைப் பெற்றிருப்பது தான்.

வருவாய் ஈட்டல் - 'பணத்திற்காக நேரத்தைக் காவு கொடுத்தல்'

மிகக் கடினமாக உழைக்கும், ஆண்டுக்கு 150,000 டாலர்களுக்கும் மேல் சம்பாதிக்கும் அதே சமயம், அவர்களே உருவாக்கிக் கொண்ட ஒரு சூழலுக்குள் சிக்கிக் கொண்டதுபோல் உணரும் மருத்துவர்களும் வக்கீல்களும் எண்ணற்றோர் உள்ளனர். இவர்கள் உண்மையான செல்வத்தை உருவாக்குகிறார்களா? செல்வம் குறித்த என்னுடைய விளக்கத்தின்படி, இதற்கான பதில் "இல்லை!" என்பதுதான்.

இதற்கான காரணம் என்ன என்பதைப் பார்க்கலாமா? அதிகமாகச் சம்பளம் வாங்கும் பல தொழில் வல்லுனர்கள் தாங்கள் விரும்பியதை வாங்கவும் விரும்பியதைச் செய்யவும் தேவையான பணத்தைப் பெற்றிருந்தாலும், பலரிடம் அதற்கான நேரம் இல்லை; ஏனெனில் நாள் முழுவதும் அவர்கள் தங்கள் அலுவலக வேலையைச் செய்தாக வேண்டும். தாங்கள் கொண்டிருக்கும் வாழ்க்கை முறையைப் பராமரிப்பதற்குத் தேவையான வருவாயை ஈட்ட அவர்கள் வேலை செய்தே ஆக வேண்டும். தங்கள் வேலையில் மாட்டிக் கொண்ட மக்கள், எவ்வளவு அதிகமாகச் சம்பாதித்தாலும் சரி எவ்வளவு குறைவாகச்

சம்பாதித்தாலும் சரி, செல்வத்தை உருவாக்குவதற்குப் பதிலாக, வருவாய் ஈட்டுதலில் சிக்கிக் கொண்டுவிட்டப் பலிகடாக்கள்தான்.

வருவாய் ஈட்டுதலில் ஈடுபடும்போது, நீங்கள் பணத்திற்காக உங்களது நேரத்தைக் காவு கொடுக்கிறீர்கள். அதாவது, நீங்கள் வேலை செய்யாவிட்டால் உங்களால் பணத்தைச் சம்பாதிக்க முடியாது. ஒரு மணி நேரத்திற்கு 7 டாலர் சம்பாதிக்கும் குப்பை அள்ளுபவராக இருந்தாலும் சரி அல்லது ஒரு மணி நேரத்திற்கு 5,000 டாலர் சம்பாதிக்கும் ஓர் இதய அறுவைச் சிகிச்சை நிபுணராக இருந்தாலும் சரி, வருவாய் ஈட்டல் என்பது நேரத்தின் ஓர் அலகிற்குப் பணத்தின் ஓர் அலகைப் பரிமாறிக் கொள்வதே. வருவாய் ஈட்டுவதைப் பொருத்தமட்டில், பத்து மணிநேர வேலை என்பது பத்து மணிநேர வருமானத்திற்குச் சமம்.

வருவாய் ஈட்டலைச் செக்கடி வேலைக்கு ஒப்பிடலாம். அதனால்தான், வருவாய் ஈட்டலை நான் 'பணத்திற்காக நேரத்தைக் காவு கொடுத்தல்' என்று கூறுகிறேன். எல்லாவற்றையும் விட மோசமானது என்னவென்றால், அந்தச் சுற்றல் நிற்கும்போது, வருவாயும் நின்றுவிடும். அதாவது உடல்நலக் குறைவு, காயம், நீண்ட காலப் பணிநீக்கம் போன்றவற்றால் பாதிக்கப்பட்டால் வருமானம் நின்று விடும்.

செலவு வருவாய்க்குச் சமமாகும்போது

ஆண்டொன்றுக்கு 250,000 டாலர்கள் வருவாய் ஈட்டும் சராசரிப் பணக்காரத் தொழில் வல்லுனர் ஒருவரைக் குறித்து இப்பொழுது பார்க்கலாம். நாம் அவரை ஜான் சுமித், எம்டி. என்று அழைக்கலாம்.

இப்பொழுதுள்ள வாழ்க்கைத் தரத்தின்படி, 250,000 டாலர்கள் என்பது பெரும் பணம்தான். ஆனால், அதிகமாகச் சம்பாதிக்கும் தொழில் வல்லுனர்கள் எப்போது தங்கள் வாழ்க்கை முறையைப் பராமரிக்கத் தங்கள் வாருவாயைச் சார்ந்திருக்கிறார்களோ, அப்போது அவர்கள் தங்களை அறியாமலேயே பணத்திற்காக நேரத்தைக் காவு கொடுக்கும் சிக்கலுக்குள் மாட்டிக் கொள்கின்றனர்.

வருடத்திற்கு 250,000 டாலர்கள் சம்பாதிக்கும் ஒரு தொழில் வல்லுனரின் "சராசரி" மாதச் செலவு (டாலர்களில்)

மொத்த வருமானம்	250,000
வரி (33%)	82,500
நிகர ஆண்டு வருமானம்	167,500
மாத வருமானம்	14,000
மாதச் செலவுகள்	
2 சொகுசுக் கார்களுக்கான கடன்	1,000
ஏரிமுகப்பு இல்லத்திற்கான அடமானம்	4,000
காப்பீட்டுத் தொகை: உயிர், உடல்நலம், கார்	1,500
தனியார் பள்ளியில் படிக்கும் 2 குழந்தைகள்	1,500
சாப்பாடு, கேளிக்கை மற்றும் மாதாந்திரப் பயணச்சீட்டிற்கான தொகை	2,000
ஆண்டிற்கு இருமுறை குடும்பத்துடன் விடுமுறை	1,500
உடை, நகை, அறைக்கலன்கள்	500
தேவாலயம், நன்கொடை	500
கன்ட்ரி கிளப் உறுப்பினர் தொகைகள்	500
சேமிப்பு	1,000
மாத மொத்தச் செலவு	**14,000**
மாத மொத்த வருமானம்	**14,000**
எஞ்சிய வருவாய்	**0**

தற்காலிக வருவாய்க்கு அடிமை

வெளியிலிருந்து பார்க்கும்போது டாக்டர் ஸ்மித் ஓர் இனிமையான வாழ்க்கை வாழ்வதாகத் தோன்றலாம். ஒரு நவநாகரிகமான கிளப்பில் சேர்வதற்கும்,. கொலராடோவில் செலவுமிக்கப் பனிச்சறுக்கு விடுமுறைகளைக் கழிப்பதற்கும், கரீபியன் தீவுகளில் ஒய்வான உல்லாசக் கடற்பயணம் மேற்கொள்வதற்கும் தேவையான பணம் நம்மிடம் இருப்பதை நாம் எல்லோருமே விரும்புவோம். டாக்டர் ஸ்மித் நம்மில் பலரும் கனவில் மட்டுமே காணக் கூடிய வாழ்க்கை முறையை அனுபவிக்கிறார் என்பதில் சந்தேகத்திற்கு இடமில்லை. ஆனால் அவர் அதற்காக ஒரு பெரும் விலையைக் கொடுத்துக் கொண்டிருக்கிறார்; ஏனெனில் அவ்வாழ்க்கை முறைக்காக அவர் தனது சுதந்திரத்தை அடகு வைத்துள்ளார்!

டாக்டர் ஸ்மித்திடம் தற்காலிக வருவாய் உள்ளது; ஆனால் அவரிடத்தில் தன் விருப்பம் போல் வந்து செல்லக் கூடிய சுதந்திரம் இல்லை. அவர் தனது வேலையின் சங்கிலியால் கட்டுண்டு கிடக்கிறார்; ஏனெனில், அவர் தனது வாழ்க்கை முறைக்கு அடிமையாகிவிட்டார். டாக்டர் ஸ்மித்திற்குப் பிடித்திருக்கிறதோ இல்லையோ, தினமும் அவர் தனது அலுவலகத்திற்குச் சென்றாக வேண்டும். அவர் அலுவலகத்திற்குச் செல்லவில்லையென்றால் அவருக்கு பணம் கிடைக்காது. அவருக்குப் பணம் கிடைக்கவில்லையென்றால் அவரால் வீட்டுக் கடன் தொகையைச் செலுத்தவோ, காருக்கான கடன் தவணையைக் கட்டவோ, கடன் அட்டைகளுக்கான கட்டணங்களைச் செலுத்தவோ, தனியார் பள்ளியில் படிக்கும் குழந்தைகளுக்குக் கல்விக் கட்டணத்தைச்

செலுத்தவோ முடியாது. தொழில் வல்லுனர்கள் பலரும் இளம் வயதிலேயே மாரடைப்பிற்குப் பலியாவதில் வியப்பேதும் இல்லை.

ஒரு விபத்து நிகழ்வதற்காகக் காத்துக் கொண்டிருக்கிறது

பெரும் தொகையைச் சம்பளமாகப் பெறும் மருத்துவர் ஒருவர் தனது கைகளில் கீல்வாதம் ஏற்பட்டு, அதனால் வேலையைத் தொடர முடியாமல் வருவாய் ஈட்ட முடியாத நிலையில் என்ன செய்வார்? இன்னும் சொல்லப் போனால், நீங்கள் வேலை செய்வதை நிறுத்த நேரிட்டு, அதனால் வருவாய் எதையும் இனிமேல் ஈட்ட முடியாமல் போனால் என்ன செய்வீர்கள்? நம்மில் பலருக்கும் இப்படிப்பட்ட நினைப்பே பெரும் கிலி ஏற்படுத்த வல்லது.

அதுதான் வருவாய் ஈட்டுவதில் உள்ள பிரச்சனை. அது தற்காலிகமானது. நீங்கள் வேலை செய்வதை நிறுத்தி விட்டால், வருமானமும் நின்று விடும். உங்களுக்கு உங்கள் வேலையைத் தவிர வேறு எந்த வழியிலும் வருமானம் இல்லாத பட்சத்தில், நீங்கள் பேரழிவை நோக்கிச் சென்று கொண்டிருக்கிறீர்கள் என்று அர்த்தம்.

பிசினஸ் வீக் பத்திரிகையின்படி, "ஒரு சராசரிப் பணியாளர் ஒரு வீடு வாங்கி, சிறிது பணத்தைச் சேமித்து, ஓய்வூதியப் பலன்களை அடைய அவருக்கு அவருடைய வாழ்நாளில் பாதி தேவைப்படுகிறது. ஆனால் இவை அனைத்தையும் இழப்பதற்கு சுமார் ஆறு மாதகாலம் வேலையில்லாமல் இருந்தாலே போதும்."

எப்படிப்பட்ட ஒரு பயங்கரமான நிலை இது!

எஞ்சிய வருவாய் மூலம் விடுதலை

உங்களுக்கு வேலைக்குச் செல்ல விருப்பமில்லாமல் இருந்து, வேலைக்குச் செல்லாமலேயே டாக்டர் ஸ்மித்தின் வாழ்க்கை முறை அளிக்கும் அனைத்துப் பலன்களையும் அனுபவிக்க முடியுமென்றால் எவ்வளவு சிறப்பாக இருக்கும்? அது உங்களுடைய முத்தாய்ப்பான கனவு நனவாவதற்கு ஒப்பானது.

அதிர்ஷ்டவசமாக, தற்காலிக வருவாயைத் தவிர வேறொரு விதமான வருவாய் ஒன்றும் உள்ளது. அதற்கு எஞ்சிய வருவாய் என்று பெயர். தற்காலிக வருவாயைப் போலின்றி, எஞ்சிய வருவாயானது, நீங்கள் வேலைக்குச் செல்கிறீர்களோ இல்லையோ, அது உங்களுக்குப் பணத்தைச் சம்பாதித்துக் கொடுத்துக் கொண்டேயிருக்கும்! எஞ்சிய வருவாயானது பணத்திற்குப் பதிலாக நேரத்தைக் காவு கொடுக்கும் தளைக்குள் மாட்டிக் கொண்டுவிடாத ஒன்று; ஏனெனில் அது பணத்திற்காக நேரத்தைப் பரிமாற்றம் செய்வதைச் சார்ந்து இருப்பதில்லை..

எஞ்சிய வருவாய் எவ்வாறு உருவாக்கப்படுகிறது என்பதை அறிய, நாம் கற்பனையான இன்னொரு தொழில் வல்லுனரை எடுத்துக் கொள்ளலாம். அவரை ஜோன்ஸ், சிபிஏ என்று அழைக்கலாம். டாக்டர் ஸ்மித்தைப் போன்றே திரு. ஜோன்ஸும் தன் சொந்தத் தொழிலை வெற்றிகரமாக நடத்தி வருகிறார். ஆனால் டாக்டர் ஸ்மித்தைப் போலில்லாமல், திரு. ஜோன்ஸ், எஞ்சிய வருவாயின் சக்தியை நன்றாக அறிந்து வைத்திருந்தார். கடந்த 40 வருடங்களாக வளம் கொழித்துக் கொண்டிருக்கும் தொழிலில், திரு. ஜோன்ஸ் தன்னுடைய மொத்த

வருமானத்தில் 10 சதவீதத்தைச் சேமித்து, புத்திசாலித்தனமாக முதலீடு செய்து வந்துள்ளார்.

தற்போது ஓய்வு பெற்றுள்ள திரு. ஜோன்ஸ், இன்று 1.5 மில்லியன் டாலர்களை மியூச்சுவல் ஃபன்டில் முதலீடு செய்துள்ளார். அது அவருக்கு ஆண்டொன் றுக்கு 10 சதவீத வருமானத்தைச் சம்பாதித்துக் கொடுக்கிறது. இது டாக்டர் ஸ்மித்தின் தற்காலிக வருவாயான 150,000 டாலர்களுக்கு நிகரான எஞ்சிய வருவாய். இவ்விரு வருவாய்களும் ஒன்றாக இருந்தாலும், கீழ்க்கண்ட விளக்க அட்டவணை குறிப்பிடுவது போல, இவர்கள் இருவரும் பணத்தைச் சம்பாதிக்கும் முறையில் மிகுந்த வேறுபாடு உள்ளது.

தற்காலிக வருவாய் மற்றும் எஞ்சிய வருவாய் - ஓர் ஒப்பீடு

தற்காலிக வருவாய்		எஞ்சிய வருவாய்
பணத்திற்காக நேரம் விற்கப்படுகிறது	←→	நேரம் பன்மடங்காக்கப் படுகிறது
பணம் நேர்க்கோட்டில் வளரும்	←→	பணம் பன்மடங்கு பல்கிப் பெருகும்
ஊனமுற்றால் வருவாய் நின்றுவிடும்	←→	ஊனமுற்றாலும் வருவாய் தொடரும்
உண்மையான செல்வம் உருவாக்கப்படுவதில்லை	←→	உண்மையான செல்வம் உருவாக்கப்படுகிறது
நேரம் உங்களுக்குச் சொந்தமல்ல	←→	நேரத்தில் முழு சுதந்திரம்
வாழ்க்கை ஏதோ ஓடிக் கொண்டிருக்கும்	←→	வாழ்வில் தொடர்ந்து முன்னேற்றம் ஏற்படும்
வேலை நின்றுவிட்டால் வருவாயும் நின்றுவிடும்	←→	வேலை நின்றுவிட்டாலும் வருவாய் தொடரும்

இப்பொழுது நான் உங்களை ஒன்று கேட்கிறேன், நீங்கள் எந்த வருவாயைப் பெற அதிகமாக விரும்புவீர்கள்? தற்காலிக வருவாயையா அல்லது எஞ்சிய வருவாயையா? விடை யாவருக்கும் தெளிவாகத் தெரிந்த ஒன்றுதான்.

உண்மையான செல்வத்தை உருவாக்குதல்

செல்வத்தை உருவாக்குதல் என்பது வருவாயை ஈட்டுவதற்கு நேர்மாறானது. அதற்குப் பணத்திற்குப் பதிலாக நேரம் என்ற கட்டுப்பாடு கிடையாது; இதற்குக் காரணம் பன்மடங்காக்குதல் என்னும் கோட்பாடு. உண்மையான செல்வத்தை உருவாக்க ஒரே வழி, உங்களுடைய நேரத்தையும், பணத்தையும், முயற்சியை யும் குறைந்த ஆற்றலில் பன்மடங்காக்குவதன் மூலம், 10 மணிநேர வேலைக்கு 100 மணிநேர வேலைக்குரிய ஊதியத்தை, ஏன், 1,000 மணிநேர வேலைக்குரிய ஊதியத்தைக் கூடச் சம்பாதிப்பதாகும்.

பணக்காரர்கள் மேலும் பெரிய பணக்காரர்கள் ஆவதற்குக் காரணம் அவர்கள் பன்மடங்காக்குதலைப் பயன்படுத்தி, தங்கள் பணத்தை நீண்ட காலத்திற்கு முதலீடு செய்கின்றனர் என்பதைப் புரிந்து கொள்ள வேண்டும். 'யூ கான்ட் ஸ்டீல் செகன்ட் வித் யுவர் ஃபுட் ஆன் ஃபர்ஸ்ட்' என்ற என்னுடைய இரண்டாவது புத்தகத்தில் குறிப்பிட்டிருந்தது போல, தன்னுடைய வருவாயில் 20 சதவீதத்தைச் சேமித்து, அதை பலப் பல ஆண்டுகளுக்குப் புத்திசாலித்தனமாக முதலீடு செய்வதன் மூலமே பெரும்பாலான கோடீஸ்வரர்கள் உருவாகின்றனர். இப்படித்தான் பணக்காரர்கள் தங்களுடைய பணத்தை நீண்டகால முதலீடு செய்வதன் மூலம் அப்பணத்தைத் தங்களுக்காக வேலை செய்ய வைத்து மேலும் பணக்காரர்களாகி,

பணக்காரர்களாகவே தொடர்ந்து இருந்து வருகின்றனர்.

இதுதான் வருவாய் ஈட்டுதலுக்கும் செல்வத்தை உருவாக்குவதற்கும் இடையே உள்ள முக்கிய வேறுபாடு. வருவாய் ஈட்டுதல் என்பது தற்காலிகமானது. நீங்கள் வேலையைச் செய்தாக வேண்டும், இல்லையேல் உங்களுக்கு வருமானம் கிடைக்காது. செல்வத்தை உருவாக்குவது என்பது நிரந்தரமானது. உங்களுடைய பணத்தையும் உங்களுடைய நேரத்தையும் உங்களுக்காக வேலை செய்ய வைப்பதன் மூலம், பணத்திற்காக நேரம் என்ற தளைக்குள் சிக்காமல் தப்பி விடலாம்.

உங்கள் நேரத்தைப் பன்மடங்காக்குங்கள்

மிகச் சிலரே திரு. ஜோன்ஸ் செய்தது போன்று மாதாந்திரச் சேமிப்புகளைப் பன்மடங்காக்கி ஒன்றரை மில்லியன் டாலர்களாக மாற்றுவதற்கான பணத்தைச் சம்பாதிக்கின்றனர் அல்லது அதற்கான ஒழுங்கைக் கடைப்பிடிக்கின்றனர் என்பதை நான் புரிந்து கொண்டுள்ளேன். அதிர்ஷ்டவசமாக, உண்மையான செல்வத்தை உருவாக்க உங்கள் பணத்தைப் பன்மடங்காக்குவது மட்டுமே ஒரே வழி அல்ல. உங்களுடைய நேரத்தை வீணாக்காமல் அதனை முதலீடு செய்வதன் மூலம் பன்மடங்காக்குவது, உண்மையான செல்வத்தை உருவாக்க இன்னொரு வழி.

நாம் அனைவரும் 'காலம் பொன் போன்றது' என்ற சொற்றொடரை உபயோகித்திருக்கிறோம், அல்லவா? பன்மடங்காக்குதலின் சக்தியினால், ஒப்புக்கொள்ளப்பட்ட இந்த உண்மையானது எப்போதையும் விட இன்றைய காலகட்டத்தில்

இன்னும் உண்மையானதாகத் திகழ்கிறது.

நம் எல்லோரிடத்திலும் ஒரே அளவு பணம் இல்லை என்பது வெளிப்படையான உண்மை. ஆனால், நம் எல்லோரிடத்திலும் ஒரே அளவு நேரம் இருக்கிறது என்பதும் அதே அளவு உண்மைதான். இங்கு, நீங்கள் ஒன்றைப் புரிந்து கொள்ள வேண்டும் என்று நான் விரும்புகிறேன். இப்புத்தகம் செல்வத்தை உருவாக்க உங்கள் பணத்தை முதலீடு செய்வதைப் பற்றியது அல்ல. இது உங்கள் நேரத்தை முதலீடு செய்து செல்வத்தை உருவாக்குவதைப் பற்றியது; ஏனெனில் முறையாக முதலீடு செய்யப்பட்டால், நேரம் பணத்திற்கு நிகரானது.

ஒருவர் கோடீஸ்வரராக இருந்தாலும் சரி, பிச்சைக்காரராக இருந்தாலும் சரி, எவ்விதப் பாகுபாடுமின்றி நம் எல்லோரிடமும் ஒரே அளவு நேரம்தான் உள்ளது. ஒரு நாளைக்கு 24 மணி நேரம்; ஒரு வாரத்திற்கு 168 மணி நேரம்; ஒரு மாதத்திற்கு 672 மணி நேரம்; ஒரு வருடத்திற்கு 8,064 மணி நேரம்.

செல்வத்தை உருவாக்குவதற்கான திறவுகோல் அதிகமான நேரத்தை உருவாக்குவது அல்ல; ஏனெனில் அது இயலாத காரியம். நமக்கு கிடைக்கும் நேரத்தை முழுவதுமாகப் பயன்படுத்திக் கொள்வதே அதற்கான திறவுகோல். என்ன, நான் சொல்வது சரிதானே?

அதிர்ஷ்டவசமாக நம் எல்லோருக்கும், இன்று உண்மையான செல்வத்தை உருவாக்க, நம்முடைய பணத்தைப் (அது நம்மில் பலரிடம் மிகக் குறைவாகவே உள்ளது) பன்மடங்காக்குவதற்குப் பதிலாக, நமது நேரத்தின் (அதை நாம் அனைவரும் சம அளவில் பெற்றுள்ளோம்) சிறு பகுதியைப் பன்மடங்காக ஆக்குவதற்கான வழி ஒன்று உள்ளது.

அதிர்ஷ்டவசமாக, இன்று சிறிது பணத்தைச் சம்பாதிப்பதற்காக அதிகமான நேரத்தைச் செலவிட வேண்டிய நேர்க்கோட்டு முறைக்குப் பதிலாக, பெரும் பணத்தைச் சம்பாதிப்பதற்காகக் குறைவான நேரத்தையே முதலீடு செய்கிற ஒரு பன்மடங்காக்கும் திட்டம் உள்ளது.

அதிர்ஷ்டவசமாக, இன்று உங்களுடைய நேரத்தையும் முயற்சிகளையும் பன்மடங்காக்குவதற்கு நடைமுறையில் எவரொருவரும் காப்பியடிக்கக் கூடிய எளிய முறை ஒன்று உள்ளது.

நீங்கள் தவறான முறையைக் காப்பியடிக்கிறீர்களா?

நம்மில் பலரும் டூபான்ட் அல்லது ராக்கஃபெல்லர் என்பதை நம்முடைய கடைசிப் பெயராகக் கொண்டு பிறக்கவில்லை; இதுதான் யதார்த்தம். பில் கேட்ஸ் அல்லது சக் ஃபீனியைப் போன்று நாம் ஒன்றும் பிறவி மேதைகள் அல்ல. டைகர் வுட்ஸ் அல்லது ஏஞ்சலீனா ஜோலியின் திறமை நம்மிடம் இல்லை.

பல நேரங்களில் நாம் இவ்வாறு நினைத்துக் கொள்கிறோம்: வாழ்க்கையில் அதிர்ஷ்டம் காரணமாகவே செல்வம் உருவாகிறது; இது அதிகத் திறமை வாய்ந்த அல்லது அதிகமாக ஆசீர்வதிக்கப் பட்ட மக்களுக்கு மட்டுமே உரியது; ஆனால், அது உங்களையும் என்னையும் போன்ற சராசரி மக்களுக்குக் கண்டிப்பாகச் சாத்தியமற்றது.

அது முட்டாள்தனம்!

இக்குறுகிய சிந்தனையை நாம் ஏற்றுக் கொள்ளக் கூடாது. அது ஒன்றுக்கும் பயனில்லாத

வீணான சிந்தனை. இக்கணமே இப்படிப்பட்ட எதிர்மறையான சிந்தனைகளைக் குப்பையில் எறிந்து விட வேண்டும்.

உண்மை என்னவென்றால் பெரும்பாலான மக்கள் தங்களால் செல்வத்தை உருவாக்க முடியாது என்று அவர்களாகவே அனுமானித்துக் கொள்கின்றனர். ஆனால் உண்மையில் அவர்களால் முடியும்! பெரும்பான்மையான மக்கள் செல்வத்தை உருவாக்காததற்கான உண்மையான காரணம், காப்பியடிக்கக் கூடிய, செல்வத்தை உருவாக்கும் ஒரு முறை இருப்பதை அவர்கள் அறிந்திருக்காததுதான். வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், நம்மில் பலரும் தவறான திட்டத்தைக் காப்பியடிக்கப் பழக்கப்படுத்தப்பட்டுள்ளோம். நாம் செல்வத்தை உருவாக்கும் முன்மாதிரியை அறிந்திராத காரணத்தினால், நாம் எல்லோரும் செய்து கொண்டிருக்கும் ஒன்றையே காப்பியடிக்கிறோம். அதாவது, ஒரு வேலையில் சேர்ந்து விடுகிறோம்! பெரும்பாலான மக்கள் செய்வதையே நாமும் செய்வதால், பெரும்பாலான மக்கள் பெறுவதையே நாமும் பெறுகிறோம்!

வேலைகளை ஒதுக்கித் தள்ளவில்லை

நான் வேலைகளை ஒதுக்கித் தள்ளவில்லை என்பதைத் தயவு செய்து புரிந்து கொள்ளுங்கள். நாம் ஒரு வேலையில் பணியாற்றுவதால் நமக்கு ஏற்படும் விளைவுகளைத்தான் நான் ஒதுக்கித் தள்ளுகிறேன். ஒரு வேளை வேலைகள் உண்மையான செல்வத்தை உருவாக்குமானால், உங்களை அவ்வழியைப் பின்பற்றச் சொல்லும் முதல் ஆள் நானாகத் தான் இருப்பேன். ஆனால், அவை அவ்வாறு செய்வதில்லை. அது தான்

அதிலுள்ள கொடுமையான, கடினமான யதார்த்தம்.

பல்கிப்பெருகும் வளர்ச்சியைக் காப்பியடியுங்கள், நேர்க்கோட்டு வளர்ச்சியை அல்ல

உண்மை என்னவென்றால், நீங்கள் செல்வத்தை உருவாக்கும் முறையைக் காப்பி யடிப்பதற்குப் பதிலாக, வருவாயை உருவாக்கும் முறையைக் காப்பியடித்துக் கொண்டிருக்கும் வரை உங்களால் உண்மையான செல்வத்தை உருவாக்க முடியாது; ஏனெனில் வருவாயை உருவாக்கும் முறை நேர்க்கோட்டு வளச்சியின் அடிப்படையில் அமைந்துள்ளது. செல்வத்தை உருவாக்கும் முறை பல்கிப்பெருகும் வளர்ச்சியின் அடிப்படையில் அமைந்துள்ளது.

அடுத்த அத்தியாயத்தில் நாம் நேர்க்கோட்டு வளர்ச்சியின் குறைபாடுகளைப் பற்றிக் கூர்ந்து பார்க்கலாம். உண்மையிலேயே நாம் மெய்யான செல்வத்தை உருவாக்குவதன் மூலம் சுதந்திரமாக இருக்க விரும்பினால், ஏன் பல்கிப் பெருகும் முறையைக் காப்பியடிக்க வேண்டும் என்பதைப் பற்றியும் விவாதிக்கலாம்.

3

நேர்க்கோட்டு வளர்ச்சி:

பணத்திற்காக நேரத்தைக் காவு கொடுத்தல்

சக்கையாய்ப் பிழிந்தெடுக்கும் வேலை
வாய்க்கு ருசியாய் வைக்கோல்
செத்து மடிந்தால்
சொர்க்கத்தில் முடிசூட்டு விழா!

-ஜோ ஹில், தொழிற்சங்கத் தலைவர்

நான் என் கருத்தரங்குகளில் பங்கேற்பவர்களிடம் இவ்வாறு கூறுவதுண்டு: பெரும்பாலான தொழிலாளர்கள் 40/40/40 என்ற திட்டத்தின்படி இயங்கி வருகின்றனர். அவர்கள் வாரத்திற்கு 40 மணி நேரம் உழைக்கின்றனர். 40 வருடங்கள் வரை இப்படி உழைக்கின்றனர். பின்னர் பணியிலிருந்து ஓய்வு பெறும்போது, ஒரு பிரிவு உபசார விருந்தும் 40 டாலர் கைக்கடிகாரமும் அவர்களுக்குச் கிடைக்கின்றன.

ஆனால் வேகமாக மாறிக்கொண்டு வரும் நமது உலகத்தில் உள்ள பல பொருட்களைப் போன்றே இந்த 40/40/40 திட்டமும் காலாவதியாகிவிட்டது.

இன்று நம்மில் பலர் 50/50/50 என்ற திட்டத்தின்கீழ் வாழ்ந்து வருகிறோம். தற்போது, நாம் வாரத்திற்கு 50 மணி நேரம் வேலை செய்கிறோம். வருடத்திற்கு 50 வாரங்கள் வேலை செய்கிறோம். 50 வருடங்கள் வரை இவ்வாறு உழைக்கிறோம். பின்னர் ஓய்வு பெறும்போது, நாம் ஒரு சராசரியான வாழ்க்கை நடத்தத் தேவைப்படும் பணத்தில் 50 சதவீதத்தைப் பெற்றுக் கொண்டு ஓய்வு பெறுகிறோம்.

‘பணத்திற்குப் பதிலாக நேரம்’ என்ற முடிவில்லாச் சுழற்சி

50/50/50 திட்டமானது வருவாய் உருவாக்குதலுக்கான ஒரு செம்மையான எடுத்துக்காட்டு; ஏனெனில் அது நேர்க்கோட்டு வளர்ச்சியின் அடிப்படையில் அமைந்துள்ளது. நேர்க்கோட்டு வருவாயைக் கணக்கிடுவதற்கான எளிய சூத்திரம் இதுதான்:

$$H \times N = I$$

- இதில், H – Hourly Wages (நேரக் கூலி), N – Number of hours worked (வேலைசெய்த மணித்துளிகள்), I – Income (வருவாய்)

“ஒன்றன் விளைவானது அதன் உள்ளீட்டின் நேர் விகிதத்தில் உள்ளது” என்பது நேர்க்கோட்டுத் திட்டத்தின் வரையறை. சாதாரண வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், நீங்கள் எதை உள்ளே போடுகிறீர்களோ, அதையே வெளியே எடுக்கிறீர்கள் – கூடுதலாகவும் இல்லை, குறைச்சலாகவும் இல்லை. நேர்க்கோட்டு வருவாய் வளர்ச்சியில், நேரத்தின் ஓர் அலகு பணத்தின் ஓர் அலகுக்குச் சமமானது. இதன் விளைவாக, நேர்க்கோட்டு வளர்ச்சியைச் சார்ந்துள்ள

வருவாயை அதிகரிக்க வேண்டுமானால், ஒன்று அதிக நேரம் உழைக்க வேண்டும் அல்லது சம்பள உயர்வு பெற வேண்டும்.

மேலோட்டமாகப் பார்த்தால், நேர்க்கோட்டு வளர்ச்சி சற்று நியாயமாக இருப்பதாகத்தான் தோன்றும். ஒவ்வொரு மணி நேரத்திற்கும் நல்ல ஊதியம் கிடைக்கப் பெறும், அதிக நேரம் உழைக்கத் தயாராக இருக்கும் மக்களுக்கு இது நல்ல சன்மானங்களைத் தருகிறது. ஆனால், நேர்க்கோட்டு வளர்ச்சியைச் சார்ந்த வருவாயை ஈட்டும் தொழிலாளர்களுடைய பிரச்சனை என்னவென்றால், அவர்களது நேரக் கூலி எதுவாக இருந்தாலும், அவர்களுடைய வருவாய் ஒரு வரம்புக்கு உட்பட்டதே.

வர்ணம் பூசுபவரும், தொழில் வல்லுனரும்

நேர்க்கோட்டு வளர்ச்சியின் குறைபாடுகளைச் சிறப்பாக விளக்க, எனக்குப் பரிச்சயமான, வெவ்வேறு தொழில்களைச் செய்யும் இரு நபர்களைப் பற்றி இப்போது பார்ப்போம். ஒருவர், வீட்டுக்கு வர்ணம் பூசுபவர்; மற்றொருவர் மருத்துவர்.

வர்ணம் பூசுபவரின் பெயர் கேரி. அவர் ஃப்ளோரிடா மாநிலத்திலுள்ள கிளியர்வாட்டரில் இருக்கும் என் வீட்டின் அருகே ஒரு சிறிய வர்ணப் பூச்சு மற்றும் சுவர் அலங்காரத் தாள் ஒட்டும் வியாபாரத்தைச் சொந்தமாக நடத்தி வந்தார். கேரி கடினமாக உழைக்கிறார். அவர் அதிகாலையிலேயே வேலையைத் தொடங்கி, இருட்டும் வரை உழைக்கிறார். முடிந்த போதெல்லாம் வார இறுதி நாட்களிலும் வேலை செய்கிறார்.

கேரி ஒரு வேலையைத் தேர்ந்தெடுக்கும் போது, அவருடைய நேர ஊதியம் ஒரு மணி நேரத்திற்கு 30 டாலர்கள் என்று கணக்கிடுகிறார். ஆனால் பயண நேரம், செலவுகள், காப்பீடு, வரிகள், மற்றும் பிற செலவுகளுக்குப் பின்னர், அவருக்கு ஒரு மணி நேரத்திற்கு அநேகமாக 20 டாலர்கள் வரை கிடைக்கும். கேரிக்கு ஒரு நாளைக்குப் 10 மணி நேரமும், வாரத்தில் ஆறு நாட்களும் வேலை இருக்குமானால், அவர் ஆண்டொன்றிற்குச் சம்பாதிக்கும் தொகை இப்படி இருக்கும்:

1 மணி நேரத்திற்கு = 20 டாலர்கள்
1 வாரத்திற்கு (60 மணி நேரம்) = 1200 டாலர்கள்
1 வருடத்திற்கு (50 வாரங்கள்) = 60,000 டாலர்கள்

தற்போது, வருடத்திற்கு 60,000 டாலர்கள் என்பது ஒன்றும் ஆச்சரியமான செய்தியல்ல. ஏராளமான மக்கள் ஒரு வருடத்திற்கு 60,000 டாலர்களைச் சம்பாதிக்க மிகவும் விரும்புவார்கள். ஆனால் கேரிக்கு நல்ல வேலை தொடர்ந்து கிடைக்குமானால், ஒரு சிறப்பான வருடத்தில் அவர் சம்பாதிக்கக் கூடிய அதிக பட்சப் பணம் அவ்வளவுதான். ஆனால் அதற்காக கேரி கொடுக்கும் விலையைப் பாருங்கள்:

- ✓ வாரத்திற்கு ஒரு நாள் மட்டுமே அவரால் தன் மனைவியோடும் குழந்தைகளோடும் செலவிட முடிகிறது.
- ✓ அவர் எவ்வளவு கஷ்டப்பட்டு உழைத்தாலும், அவரால் வருடத்திற்கு 60,000 டாலர்களுக்கு மேல் சம்பாதிக்க முடியாது.

- ✓ அவருக்கு எப்போதாவதுதான் ஓய்வு கிடைக்கும். அவ்வாறு கிடைத்தாலும், அவர் அதை அனுபவிக்க முடியாத வண்ணம் மிகவும் களைத்துப் போய் (அல்லது பணமின்றி) இருப்பார்.
- ✓ நேர்க்கோட்டு வளர்ச்சியைச் சார்ந்த வருவாய்க்காக வேலை செய்வதன் மிக மோசமான விஷயம் இது தான்: கேரி, தான் செய்த வேலைக்கு ஒரே ஒரு முறைதான் பணம் பெறுகிறார். அதாவது, அவர் தனக்கு வரவேண்டிய கடைசிக் காசோலையைப் பெற்றுக் கொண்ட பிறகு, மீண்டும் அவர் 'பணத்திற்குப் பதிலாக நேரம்' என்னும் முடிவில்லாச் சுழற்சிக்குள் தள்ளப்பட்டு விடுகிறார்.

தொழில் வல்லுனர்கள்: அதிக ஊதியம் பெறும் வீட்டு வண்ணப் பூச்சாளர்களைவிட அதிகமொன்றுமில்லை

தன்னுடைய மருத்துவத் தொழிலின் மூலம் வருடத்திற்கு 250,000 டாலர்கள் சம்பாதிக்கும் டாக்டர் ஜான் ஸ்மித்தை நாம் மறுபடியும் சென்று பார்க்கலாம். டாக்டர் ஸ்மித் சொந்தமாகத் தொழில் நடத்தி வரும் ஒரு பொது மருத்துவர். அவருடைய நான்கு முழுநேரப் பணியாளர்களில் இருவர், பதிவு செய்யப்பட்ட செவிலியர்களாக இருந்தாலும், டாக்டர் ஸ்மித் தன்னுடைய நோயாளிகளைத் தானே தனிப்பட்ட முறையில் பார்த்தாக வேண்டும். அதனால் அவர் ஒரு நாளைக்கு எட்டு மணி நேரமும், வாரத்திற்கு ஆறு நாட்களும் தன்னுடைய நோயாளிகளைப் பார்க்கிறார். பிறகு ஒரு நாளைக்கு இரண்டு மணி நேரம் கூடுதலாகத்

தன் நிர்வாக வேலைகளைப் பூர்த்தி செய்வதில் செலவிடுகிறார். மேலும் ஒவ்வொரு மாதமும் இரண்டு ஞாயிற்றுக் கிழமைகளைத் தொழில் தொடர்பான விஷயங்களுக்காகச் செலவிடுகிறார்.

டாக்டர் ஸ்மித் தன்னுடைய வருமானத்தை அதிகரிக்க ஒரே வழி, தன்னுடைய வேலை நேரத்தை அதிகரிப்பது தான். ஆனால் ஏற்கனவே ஒரு நாளைக்கு 10 மணி நேரம் வேலை செய்து கொண்டிருப்பதால், அவர் வீடு திரும்பும்போதே மிகவும் களைத்துச் சோர்வடைந்து விடுகிறார். அதனால் அவரால் தனது குழந்தைகளுக்கு வீட்டுப் பாடத்தில் உதவி செய்ய முடிவதில்லை; தன்னுடைய மகனின் கால்பந்து விளையாட்டுக்களை நேரில் சென்று பார்க்க முடிவதில்லை. இவற்றுக்கிடையே அவரது வேலை நேரத்தைக் கூட்டுவது என்பது இயலாத காரியம்.

அவர் தன் தொழிலின் அடிமை

டாக்டர் ஸ்மித் நன்றாகச் சம்பாதிக்கிறார் என்பது உண்மைதான். ஆனால் அதற்கு அவர் கொடுக்கும் விலை அவர் ஒரு தொழிற்கைதியாகி விடுகிறார். ஒரு தளைக்குள் சிக்கிக் கொண்டதாக அவர் உணர்கிறார். அவர் வெறுப்பும், கோபமும், வருத்தமும் அடைந்துள்ளார். ஆனால் அது குறித்து என்ன செய்வது என்று அவருக்குத் தெரியவில்லை. எனவே அவர் மீண்டும் அந்த முடிவில்லாச் சுழற்சிக்குத் திரும்புகிறார்; பணத்தைச் சம்பாதிப்பதற்காகத் தனது நேரத்தைக் கொடுக்கிறார்; நிலைமை மேம்படும் என்று எதிர்பார்க்கிறார் – அவ்வாறு ஒருபோதும் நடக்காது என்று தன் மனப்பூர்வமாக அறிந்திருந்தும் கூட!

அதுதான் நேர்க்கோட்டு வளர்ச்சியைச் சார்ந்த வருவாயிலுள்ள பிரச்சனை. நீங்கள் நேரடியாக அந்த வேலையைச் செய்யவில்லையென்றால், அவ்வேலை நிறைவேறாது. வேலை முடியாவிட்டால், உங்களுக்குப் பணம் கிடைக்காது. பணத்தைச் சம்பாதிப்பதற்கான ஒரே வழி, மீண்டும் மீண்டும் செய்து கொண்டு இருக்கும் அதே வேலையைத் தொடர்ந்து செய்து கொண்டேயிருப்பது தான். அந்த வர்ணப் பூச்சாளரோ அல்லது மருத்துவரோ, உடல்நலம் குன்றினாலோ அல்லது காயமடைந்தாலோ அவர்களால் வேலைக்குச் செல்ல முடியாது.

உங்களுடைய நிலை எப்படி?

நீங்கள் எப்படி? பணத்திற்காக நேரத்தைக் காவு கொடுக்கும் முடிவில்லாச் சுழற்சியில் சிக்கி இருக்கிறீர்களா? அப்படியானால், அது உங்களுக்கு எவ்வளவு பணம் தருகிறது? பரேட் நாளிதழ் அதனுடைய ஆண்டறிக்கையில் “மக்கள் எவ்வளவு சம்பாதிக்கிறார்கள்” என்ற தலைப்பின் கீழ் தொழில்கள் மற்றும் அவற்றின் சராசரி ஆண்டுச் சம்பளத்தை ஒரு பட்டியலிட்டுக் குறிப்பிட்டிருந்தது. ஏனைய தொழில் செய்வோருடன் ஒப்பிடுகையில் உங்களுடைய ஆண்டு வருமானம் எந்த நிலையில் உள்ளது என்பதைப் பாருங்கள்.

அமெரிக்காவில் 2008-ஆம் ஆண்டு தொழில்களுக்கு வழங்கப்பட்ட சராசரிச் சம்பளம்

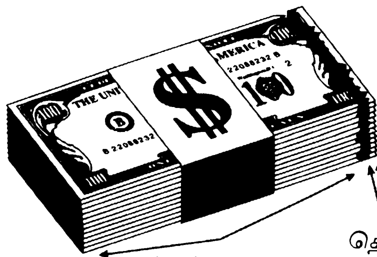
தொழில்	ஆண்டுச் சம்பளம் (டாலர்களில்)
மருத்துவமனையில் சுத்தம் செய்பவர்	21,000
உயர்நிலைப் பள்ளி ஆசிரியர்	46,500
பெரும் நிறுவன வழக்கறிஞர்	91,500
செயலாளர்	29,000
விற்பனையாளர்	21,500
அமெரிக்கக் குடியரசுத் தலைவர்	400,000
பத்திரிகை நிருபர்	38,500
பயண முகவர்	30,000
மருத்துவர்	144,000
பாதிரியார்	42,000
கணக்காளர்	44,500

* அமெரிக்காவில் ஒரு குடும்பத்தின் சராசரி வீட்டு வருமானம் $48,000

உங்களுடைய வருமானத்தை நாட்டிலுள்ள மற்ற வேலைகளின் வருமானத்தோடு ஒப்பிடும் போது வியப்பாக இருக்கிறதா? நல்லது, உங்களுடைய வருடாந்திர வருவாயை ஒரு பெரிய நிறுவனத்தின் தலைமை நிர்வாக அதிகாரியின் வருவாயோடு ஒப்பிடுகையில் உங்களுக்கு இன்னுமொரு பெரிய ஆச்சரியம் காத்துக் கொண்டிருக்கிறது.

2008ஆம் ஆண்டு ஒரு தொழிலாளியின் சராசரிச் சம்பளத்துடன் ஒப்பிடுகையில் ஒரு நிறுவனத்தின் தலைமை நிர்வாக அதிகாரி எவ்வளவு வருவாயை ஈட்டினார் என்பதைச் சற்று பாருங்கள்.

தலைமை நிர்வாக அதிகாரிக்கும் தொழிலாளர்களுக்கும் இடையேயான ஊதிய இடைவெளி



2008ல்

தலைமை நிர்வாக அதிகாரி
ஊதியம் = $ 10,500,000

தொழிலாளர்
ஊதியம்
= $ 35,000

விகிதம் = 300 : 1

ஒரு நிறுவனத்தில் வேலை பார்க்கும் ஒருவருடைய மதிப்பு 10.5 மில்லியன் டாலர்களாகவும், அதே நிறுவனத்தில் உள்ள தொழிலாளியின் மதிப்பு 35,000 டாலர்களாகவும் இருப்பது வியப்பாக இல்லையா? அது எப்படிச் சாத்தியம் என்று உங்களை நீங்களே கேட்டுக் கொண்டிருக்கக்கூடும்.

பன்மடங்காக்குதல் மூலம் பணத்திற்காக நேரத்தைக் காவு கொடுத்தலைத் தகர்த்தெறிதல்

என்னால் உங்களுடைய கேள்விக்கு ஒரே வார்த்தையில் விடை சொல்ல முடியும். அதுதான் பன்மடங்காக்குதல். ஒரு சராசரித் தொழிலாளி தன்னுடைய நேரத்தைப் பணத்திற்காக வர்த்தகம்

செய்து கொள்ளும்போது, அவருடைய வருவாய் ஒரு நேர்க்கோட்டு முறையில் வளர்கிறது. நேரத்தின் ஓர் அலகு, பணத்தின் ஓர் அலகிற்குச் சமமானது. ஒரு தொழிலாளி தன்னுடைய தனிப்பட்ட சொந்த முயற்சிகளால் 100 சதவீத வருவாயை ஈட்டுகிறார்.

அதே நேரத்தில் ஒரு தலைமை நிர்வாக அதிகாரி, தன்னுடைய நேரத்தையும் திறமைகளையும் தன்னுடைய ஊழியர்கள் மூலம் பன்மடங்காக்குகிறார். தன்னுடைய தனிப்பட்ட முயற்சிகளால் 100 சதவீத வருவாயை ஈட்டாமல், தன்னுடைய அனைத்து ஊழியர்களின் முயற்சிகளிலிருந்து ஒரு சிறு சதவீதத்தைச் சம்பாதித்துக் கொள்கிறார். இதைத்தான் ஜே. பால் கெட்டி, “நான் 100 சதவீதம் என்னுடைய சொந்த முயற்சிகளுக்குப் பதிலாக, என்னுடைய 100 ஊழியர்களின் 1 சதவீத முயற்சி மூலம் பணம் சம்பாதித்துக் கொள்ள விரும்புகிறேன்,” என்று கூறினார். அதனால்தான், பன்மடங்காக்குதல் மிகவும் சக்தி வாய்ந்ததாக விளங்குகிறது. ஒரு குழுவிலுள்ள ஒவ்வொருவருடைய முயற்சியிலிருந்தும் நீங்கள் சிறிதளவு சம்பாதித்துக் கொள்ளலாம்.

ஹெர்ஷே மிட்டாய்கள் இதற்கான சிறந்த உதாரணம். ஒவ்வொரு மிட்டாயிலிருந்தும் ஹெர்ஷேவுக்குக் கிடைக்கும் நிகர இலாபம் அதிகபட்சம் வெறும் பத்து சென்ட்டுகள்தான் இருக்கும். ஆனால் ஒவ்வோர் ஆண்டும் உலகம் முழுவதும் அவர்கள் கோடிக்கணக்கில் விற்பனை செய்கின்றனர். அதனால்தான் ஹெர்ஷே மிட்டாய்களின் உற்பத்தியாளர்களான மார்ஸ் இன்க்., வருடம் தவறாமல், ஒவ்வொரு வருடமும் கோடிக்கணக்கான டாலர்களை இலாபமாகக் காட்டி வருகின்றது. அதனால்தான், ஹெர்ஷெயின் தலைமை

நிர்வாக அதிகாரி பெரும் பணம் ஈட்டி வருகிறார்.

துறவியும் இயந்திர இரம்பமும்

பன்மடங்காக்குதல் என்னும் கோட்பாடு, துறவியும் இயந்திர இரம்பமும் என்ற கதையைப் போன்றது. ஒரு நாள் வயதான துறவி ஒருவர் மலையிலுள்ள தன் குகையிலிருந்து கீழே இறங்கி, அருகிலுள்ள ஓர் ஊரில் இருந்த இரும்புக் கடையில் இரம்பம் ஒன்றை வாங்குவதற்காக வந்தார்.

அவர் அக்கடையிலுள்ள இளம் விற்பனையாளரிடம் "நான் எனது குகையை விட்டு வெளியேறி, எனக்காக ஒரு புதிய மரவீட்டை கட்டப் போகிறேன். உங்களிடமுள்ள இரம்பத்தில் மிகச் சிறந்த இரம்பம் எனக்கு தேவைப்படுகிறது விலையைப் பற்றிக் கவலையில்லை," என்று பெருமையாக அறிவித்தார்.

அந்த இளம் விற்பனையாளர் கடைக்குள் சென்று சில நிமிடங்கள் கழித்து ஒரு பளபளக்கும் புதிய இயந்திர இரம்பத்துடன் வந்து,. "இதுதான் இருப்பதிலேயே மிகச் சிறந்த இரம்பம். ஒரு கத்தி வெண்ணையை வெட்டுவது போல இந்த இரம்பம் மரங்களை வெட்டும். இது ஒரு மாதத்திற்கான மரத்தை ஒரே நாளில் வெட்டும் என்பதற்கு நான் உத்தரவாதம் தருகிறேன் அல்லது நானே தனிப்பட்ட முறையில் எனது சம்பளத்திலிருந்து உங்களுடைய பணத்தை திருப்பிக் கொடுத்து விடுகிறேன்." என்று கூறினார்.

உற்சாகமடைந்த துறவி அந்த விற்பனையாளரிடம் பணத்தைச் செலுத்திவிட்டு, அந்தப் பளபளக்கும் புதிய இயந்திர இரம்பத்தின் கைப்பிடியைப் பற்றிக் கொண்டு, மலையை நோக்கித் திரும்பிச் சென்றார்.

சரியாக ஒரு மாதம் கழித்து, அந்த இளம் விற்பனையாளர் சரக்குகளை அடுக்கிக் கொண்டு இருந்தபோது, காற்றைக் கிழித்த சாட்டையாக அத்துறவியின் குரல் அவருக்குக் கேட்டது.. "ஏய், தம்பி, நான் இந்த இரம்பத்தை திருப்பிக் கொடுத்துவிட்டு, நீ வாக்களித்ததைப்போல் என்னுடைய பணத்தைத் திரும்பப் பெற்றுச் செல்ல வந்திருக்கிறேன்."

அந்த விற்பனையாளர் அந்த வயதான துறவியைப் பார்ப்பதற்காகத் திரும்பினார் ஆனால் தான் கண்ட காட்சியால் அதிர்ச்சி அடைந்தார். அத்துறவி பல வாரங்கள் தூங்காதது போலத் தோன்றினார். அவருடைய துணிகள் கந்தலாகி, இரத்தத்தாலும் வியர்வையாலும் கறைபடிந்திருந்தன. அவர் வேலை செய்தே பாதி உயிரை விட்டிருப்பது போலக் காணப்பட்டார்.

"உங்களுக்கு என்ன ஆயிற்று? உங்களுடைய தோற்றமே பயங்கரமாக இருக்கிறதே," என்று அந்த விற்பனையாளர் திக்கியவாறே கேட்டார்.

அந்த வயதான துறவி அவருடைய சக்தி அனைத்தையும் திரட்டி அந்த இரம்பத்தைத் தூக்கிக் கவுண்டரில் வைத்துவிட்டு, முனங்கியவாறே, "எல்லாவற்றிற்கும் காரணம் பாழாய்ப்போன இந்த இரம்பம் தான். இது ஒரே நாளில் ஒரு மாதத்திற்குத் தேவையான மரத்தை அறுக்கும் என்று கூறினாய். நான் இந்த இரம்பத்தைக் கடந்த 30 நாட்களாகப் பயன்படுத்தி வந்துள்ளேன். ஆனாலும் என்னால் ஒரு ஒரு நாளிற்கான மரத்தைக்கூட ஒரு மாதத்தில் அறுக்க முடியவில்லை. எனக்கு என்னுடைய பணம் வேண்டும்," என்று கத்தினார்.

அதிர்ந்துபோன அந்த விற்பனையாளர்

மன்னிப்புக் கேட்டார். தொடர்ந்து அவரிடம், "ஒப்பந்தம் செய்தால் செய்ததுதான். உங்களுக்காக நான் இந்த இரம்பத்தைப் பார்க்க அனுமதியுங்கள். ஒரு வேளை இதில் என்ன பிரச்சனை என்று என்னால் கண்டுபிடிக்க முடியலாம்," என்று தெரிவித்தார்.

அந்த விற்பனையாளர் அந்த இயந்திர இரம்பத்தின் இழுவைக் கயிற்றை இழுத்தார். இரம்பம் 'ப்ர்ர்ர்ர்ர்ர்' என்ற சப்தத்துடன் உயிர் பெற்றது. அந்தத் துறவி துப்பாக்கிக் குண்டு வந்து தாக்கியது போன்று குதித்து, "அது என்ன சப்தம்?" என்று கத்தியவாறே பின்வாங்கினார்.

பன்மடங்காக்குதலைப் பற்றிய ஒரு பாடம்

ஆன்கூடச் செய்யப்படாத ஓர் இயந்திர இரம்பத்தைக் கொண்டு ஒரு மரத்தை வெட்டிச் சாய்க்க முயற்சிப்பதை உங்களால் கற்பனை செய்ய முடியுமா? அத்துறவி அடிபட்டு, முழுவதுமாகத் தளர்ந்து போனது போலக் காட்சியளித்ததில் வியப்பேதுமில்லை. இக்கதை நமக்கு ஒரு கருத்தைத் தெளிவாக விளக்குகிறது: பன்மடங்காக்குதல் என்பது ஓர் அற்புதமான கருவிதான்; ஆனால் அதைச் சரியான முறையில் பயன்படுத்தும்போது மட்டுமே அது பயனளிக்கும்.

நேரத்தையும் முயற்சியையும் பன்மடங்கு ஆக்குவதில் இயந்திர இரம்பம் ஒரு மிகப் பெரிய கருவி என்பது வெளிப்படையாகத் தெரியும் உண்மை. நீங்கள் எப்பொழுதேனும் கை இரம்பம் ஒன்றைக் கொண்டு ஒரு மரத்தின் கிளையை வெட்ட முயற்சித்திருந்தால், நான் என்ன கூற வருகிறேன் என்பது உங்களுக்குப் புரியும். இதில் வேடிக்கை என்னவென்றால், அந்தத் துறவியின் கைகளில் பன்மடங்காகுதலுக்கான

சக்திவாய்ந்த கருவி ஒன்று இருந்தது. அவருக்கு அதை எப்படி உபயோகிப்பது என்றுதான் தெரியவில்லை. வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், அவர் தோற்றது திறமையின்மை அல்லது முயற்சியின்மையின் விளைவால் அல்ல. அவர் தோற்றது போதிய அறிவு இல்லாததன் விளைவாகத் தான்!

இது சராசரி மனிதனுக்கும் பொருந்தும். பன்மடங்காக்குதலின் சக்தியின் மூலம், நாம் நம்முடைய இலக்குகளைக் குறுகிய காலத்திற்குள் குறைவான முயற்சி கொண்டு அடைந்து விடலாம். அதன் விளைவாக, நம்மால் ஒரு மாதத்திற்கான மரத்தை ஒரு நாளைக்குள் வெட்டமுடியும். ஆனால் பன்மடங்காக்குதலின் முழுப் பயனையும் அனுபவிப்பதற்கு, அதன் இருத்தலைப் பற்றிய அறிவு நமக்கு இருக்க வேண்டும். இல்லையென்றால், நாம் அத்துறவியைப் போல ஆகிவிடுவோம். நம்முடைய நேரத்தையும் முயற்சிகளையும் பன்மடங்காக்குவதன் மூலம் புத்திசாலித்தனமாக உழைப்பதற்குப் பதிலாகப் பணத்திற்காக நேரத்தைக் காவு கொடுத்துக் கடினமாக உழைப்பதன் மூலம் நாம் முன்னேறுவதற்கு முயற்சிப்போம்.

ஏராளமான மக்கள் பன்மடங்காக்குதல் திட்டத்தை விடுத்து நேர்க்கோட்டுத் திட்டத்தைக் காப்பியடிப்பதால்தான் ஒரு சராசரி மனிதர் தனது 65 வயதில், ஒன்று, மரணத்தைச் சந்திக்கிறார்; அல்லது பணத்தையெல்லாம் இழந்துவிட்டு நொடிந்து போகிறார்; அல்லது அரசாங்கம், குடும்பம், தேவாலயம் என்று ஏதாவது ஒன்றைச் சார்ந்திருக்கும் நிலைக்குத் தள்ளப்பட்டுவிடுகிறார்.

தெளிந்த அறிவே முதற்படி

சரியான பன்மடங்காக்கும் முறையைச் சரியான சூழ்நிலையில் காப்பியடிப்பதன் மூலம், நம்மால் மலைகளை நகர்த்த முடியும்; இலட்சங்களை உருவாக்க முடியும்.

கேள்வி இதுதான்: "நீங்கள் எந்த வகையான செல்வத்தை உருவாக்கும் முறையைக் காப்பியடிக்க விரும்புகிறீர்கள்?"

செல்வத்தை உருவாக்குவதற்காக நேர்க் கோட்டு முறையைத் தொடர்ந்து பின்பற்றி, சிறு தொகைக்காகப் பெரும் முயற்சிகளைக் கொடுத்து, அந்தத் வயதான துறவியைப் போல ஆக விரும்புகிறீர்களா?

அல்லது அந்த இளம் விற்பனையாளரைப் போல, பன்மடங்காக்குதல் என்னும் அந்த இயந்திர இரம்பத்தை இயக்கக் கற்றுக் கொள்ளப் போகிறீர்களா?

இதைத்தான் நீங்கள் அடுத்த அத்தியாயத்தில் கற்றுக் கொள்ளவிருக்கிறீர்கள். நம்முடைய நேரத்தையும் முயற்சிகளையும் பன்மடங்காக்கி, பணத்திற்காக நேரத்தை வர்த்தகம் செய்யும் தளையிலிருந்து என்றென்றும் விடுபடுவதற்கான, நிரூபிக்கப்பட்டுள்ள வழிகளைக் கற்றுக் கொண்டு, நமக்கு உரிமையான பொருளாதாரச் சுதந்திரத்தைக் கைப்பற்றுவதுதான் அது.

4

தூண்டப்பட்ட வளர்ச்சி:
தேவை புத்திசாலித்தனம், கடின உழைப்பல்ல

சுறுசுறுப்பாக இருந்தால் மட்டும் போதாது; எறும்புகள் கூடத்தான் சுறுசுறுப்பாக இருக்கின்றன. கேள்வி இதுதான்: நாம் சுறுசுறுப்பாக இருப்பது எதற்காக?

- ஹென்றி டேவிட் தோரோ

1888ஆம் ஆண்டு ஆகஸ்ட் மாதத்தில் அட்லான்டா மாநிலத்தைச் சேர்ந்த ஆசா கேன்ட்லர் என்ற மருந்து உற்பத்தியாளர் ஒருவர், கோக்காகோலா என்ற கரியமிலவாயு கலந்த மென் பானத்திற்கான தனிப்பட்ட உரிமைக்காக 2,300 டாலர்களைப் பணமாகச் செலுத்தினார்.

அட்லான்டா பகுதியில் கோக்காகோலாவிற்கு உடனடி வெற்றி கிட்டியது. அந்த நூற்றாண்டின் முடிவில், தென்மாநிலங்களிலிருந்த ஒவ்வொரு மருந்துக் கடையிலும் ஒரு சோடா ஊற்று இருந்தது. வாடிக்கையாளர்கள் வசதியாக அமர்ந்து, 5 சென்ட்டுக்குக் கோக் குடிப்பதற்கு ஏற்ற வகையில் இது அமைக்கப்பட்டிருந்தது.

பின்னர் கேன்ட்லர் எடுத்த சரித்திரப் புகழ்பெற்ற முடிவு கோக்காகோலாவை ஒரு சிறு பிராந்திய நிறுவனம் என்ற நிலையிலிருந்து உயர்த்தி, சர்வதேச அளவில் பெயர் பெற்ற நிறுவனமாக மாற்றியது. கேன்ட்லர் இதற்காகவே ஒரு தனித்துவம் வாய்ந்த பன்மடங்காக்கும் முறையை அறிமுகப் படுத்தினார். அதுதான் பாட்டிலில் இட்டு நிரப்பி விற்பனை செய்தல். இதன் மூலம் தன்னுடைய நிறுவனம், குறைந்த நேரத்தில் குறைந்த முயற்சியில் அதிகப் பணத்தை உருவாக்க முடியும் என்று முடிவெடுத்தார்.

கோக்கின் உலகளாவிய வெற்றிக்கான இரகசியம்

கோக்கைப் பாட்டிலில் அடைத்து விற்க வேண்டும் என்ற கேன்ட்லரின் முடிவுக்குப் பின்னால் ஒரு சுவாரசியமான கதை உள்ளது. அது இப்படிப் போகிறது: ஒரு நாள் கேன்ட்லருடைய நண்பர் ஒருவர் திடீரென்று அவருடைய அலுவலகத்திற்குள் வேகமாகப் பிரவேசித்து, கேன்ட்லர் ஒரு பெரும் கட்டணத்தைச் செலுத்தத் தயாரென்றால் கோக்காகோலாவின் இலாபங்களைப் பெருமளவிற்குப் பெருக்க உதவும் ஓர் இரகசியத்தைத் தெரிவிப்பதாகப் பிரகடனம் செய்தார்.

நாளின் பெரும் பகுதி இவ்விரு நண்பர்களும் இவ்விஷயத்தைக் குறித்து முன்னும் பின்னும் விவாதிப்பதில் கழிந்தது. ஒரு நேரத்தில் கேன்ட்லர் தனது ஆர்வத்தைக் கட்டுப்படுத்த முடியாமல், தன் நண்பரின் பெயருக்கு ஒரு காசோலையை எழுதினார். அந்த நண்பர் அதனைப் பெருந்தன்மையுடன் ஏற்றுக் கொண்டு, ஒரு மாபெரும் சர்வதேச சாம்ராஜ்யத்தை உருவாக்கிய மூன்று எளிய வார்த்தைகளைக்

கேண்ட்லரின் காதில் கூறினார். அதுதான் 'பாட்டிலில் இட்டு நிரப்பு' என்ற வார்த்தைகள். அதிர்ஷ்டவசமாக, தன்னுடைய நண்பரின் ஆலோசனையை ஏற்றுக் கொள்ளும் முன்னோக்கு கேண்ட்லருக்கு இருந்தது. அதற்குப் பின் நிகழ்ந்தது அனைவரும் அறிந்த சரித்திரம்.

நேரத்தையும் இடத்தையும் பன்மடங்காக்குதல்

பாட்டிலில் இட்டு நிரப்பு!

இவ்வார்த்தைகளின் சக்தியைப் பற்றிச் சற்று எண்ணிப் பாருங்கள். பாட்டிலில் கோக் வருவதற்கு முன்பு, ஒரு கோக்கை வாங்க நீங்கள் உங்கள் பகுதியிலுள்ள சோடா ஊற்றுக்குச் செல்ல வேண்டும் . அல்லது கோக்கை மறந்து விட வேண்டும். பாட்டிலில் இடுவதற்கு முன்பு, சோடா ஊற்றுக்களின் வளர்ச்சி எண்ணிக்கையைப் பொறுத்தே கோக்கின் விற்பனை அதிகரித்தது.

பாட்டிலிலிடும் முறையானது இவை எல்லாவற்றையும் மாற்றியது. வாடிக்கையாளர் ஒரு கோக்கை அனுபவிப்பதற்காகச் சோடா ஊற்றுக்குச் செல்ல வேண்டிய அவசியமிருக்கவில்லை; ஏனெனில், ஆறு கோக் பாட்டில்களை ஒன்றாக ஒரு வாடிக்கையாளர் வாங்கினால், அது அவர் அந்த சோடா ஊற்றையே தன் வீட்டிற்குக் கொண்டு வருவதற்குச் சமமாக இருந்தது.

அதன் விளைவாக இன்று உலகில் உள்ள எவரொருவரும் புத்துணர்ச்சியூட்டும் இந்தக் கோக்காகோலா மென்பானத்தை, இரவிலும் சரி பகலிலும் சரி, எந்நேரத்திலும் வசதியாகத் தன் வீட்டில் அமர்ந்தபடியே சுவைக்கலாம். கோக்ககோலா நிறுவனமானது தங்களது பானத்தைப் பாட்டிலில்

அடைப்பதன் மூலம் நேரத்தையும், முயற்சிகளையும், இடத்தையும் பன்மடங்காக்கும் தெளிந்த அறிவைப் பெற்றிருந்ததுதான் இவை அனைத்தும் சாத்தியம் ஆனதற்குக் காரணம்.

பன்மடங்காக்குதல் என்றால் என்ன?

பன்மடங்காக்குதல் என்பதன் வேர்ச் சொல், 'ஒன்றை எளிதாக்குதல்' என்ற பொருள் தரும் பழைய பிரெஞ்சு வார்த்தையிலிருந்து வருவதாகும். இது பன்மடங்காக்குதலின் சக்திக்குப் பொருத்தமான விளக்கம். சில குறிப்பிட்ட நெம்புகோல்களை அல்லது கருவிகளைப் புத்திசாலித்தனமாக உபயோகிப்பதன் மூலம், கடினமான வேலைகளை மிகக் குறைந்த நேரத்தில், மிகக் குறைந்த முயற்சியில் 'எளிதாக' நிறைவேற்ற முடியும்.

பன்மடங்காக்குதலின் பலனை உபயோகப் படுத்தாமல் ஒரு காரின் எஞ்சினை மாற்றுவதற்குத் தேவைப்படும் முயற்சியைப் பற்றி எண்ணிப் பாருங்கள். உங்கள் காரிலிருந்து ஓர் எஞ்சினை வெளியே எடுப்பதற்கு ஆட்கள் எத்தனை பேர் தேவைப் படுவார்கள் என்று நீங்கள் நினைக்கிறீர்கள்? 5 பேர், 10 பேர், அல்லது அதைவிட அதிகமானவர்கள்?

இப்பொழுது, உங்களுடைய காரைப் பழுதுபார்ப்பவர் இதே வேலையைக் குறைந்த நேரத்தில் குறைந்த முயற்சியில் எவ்வாறு செய்து முடிக்கிறார் என்று எண்ணிப் பாருங்கள். முதலில் அவர் நன்றாக எண்ணெயிடப்பட்ட உயர்த்தி ஒன்றை எஞ்சினுக்கு மேலுள்ள ஒரு திடமான உத்தரத்தின் மீது பொருத்துவார். பின்னர் கம்பிகளையும் சங்கிலிகளையும் கொண்டு எஞ்சினை அந்த உயர்த்தியோடு

இணைப்பார். அதன் பிறகு அவர் இழுவைக் கயிற்றை மின்சக்தியால் இயங்கும் ஒரு சுழற் சக்கரத்துடன் இணைப்பார். ஒரு சுவிட்சைத் தட்டியவுடன், சில நொடிகளில் அந்த எஞ்சினைக் காரிலிருந்து வெளியே எடுத்து விடலாம்.

அதுதான் பன்மடங்காகுதலின் சக்தி. அது நேரத்தையும், முயற்சியையும், பணத்தையும் அதிகரிப்பதன் மூலம், உற்பத்தியை அதிகரிக்கிறது.

பெரும் நிறுவனங்கள் பன்மடங்காக்குதலின் சக்தியை உபயோகப்படுத்துவது எங்ஙனம்

பல நூற்றாண்டுகளாக, பன்மடங்காக்குதல் கோட்பாட்டின் மூலம், ஆர்வமும் துடிப்பும் மிக்க மக்கள் பலர் தங்களுடைய வேலைகளை 'எளிதாக' ஆக்கியுள்ளனர். அதாவது, அதிக உற்பத்திகரமாகவும் அதிக இலாபகரமாகவும் ஆக்கியுள்ளனர். கஷ்டப்பட்டு உழைப்பதற்குப் பதில் புத்திசாலித்தனமாக உழைத்து, மிகக் குறைந்த நேரத்தில் மிக அதிகமான பணத்தை ஈட்டும் வழியைக் கண்டுபிடிப்பதுதான் அதிகரிக்கப் பட்ட உற்பத்தி என்பதற்கான விளக்கம்.

வியாபார உரிமையாளர்கள் தங்களுடைய நேரத்தைப் பன்மடங்காக்குவதற்குப் பயன்படுத்தும் ஒரு வழி பணியாளர்களை வேலைக்கு அமர்த்துவதுதான். ஃபோர்டு மோட்டார் நிறுவனத்திலிருந்து துவங்கி சோனி வரை, உலகெங்கிலுமுள்ள ஒவ்வொரு பெரும் நிறுவனமும், தன்னுடைய நேரத்தையும் திறமை களையும் தன் தொழிலாளர்கள் மூலம் பன்மடங்காக ஆக்கிய ஒரு தனி உரிமையாளரிடமிருந்து தான் துவங்கியது.

ஒரு வேளை ஹென்றி ஃபோர்டு 'மாடல் டி'

என்ற காரைத் தானே உருவாக்கியிருந்தால், 100 சதவீத இலாபத்தையும் அவர் தனக்காகவே வைத்துக் கொண்டிருந்திருக்க முடியும். ஆனால் தனியாக வேலை செய்தால் வருடத்திற்கு ஒன்று அல்லது இரண்டு கார்களைத்தான் உருவாக்க முடியும் என்பதை அவர் அறிந்திருந்தார். தன்னுடைய அமைப்பைத் தன் தொழிலாளர்களுக்குக் காப்பியடிக்கக் கற்றுக் கொடுத்ததன் மூலம் தன்னுடைய நேரத்தையும் திறமைகளையும் பன்மடங்காக்கும் புத்திசாலித்தனம் ஃபோர்டிடம் இருந்தது. பன்மடங்காக்குதலின் சக்தி கொண்டு, ஃபோர்டு ஒவ்வொரு வருடமும் ஆயிரக் கணக்கான கார்களை உருவாக்கி, வரலாற்றில் இடம்பெற்ற பெரும் பணக்காரர்களில் ஒருவராக ஆனார்!

ரியல் எஸ்டேட் விற்பனையில் பன்மடங்காக்குதல்

பன்மடங்காக்குதல் கோட்பாட்டின் ஆதாயத்தை ரியல் எஸ்டேட் நிறுவனங்கள் பல வருடங்களாகப் பயன்படுத்தி வந்துள்ளன. ஆனால் தொழிலாளர்களைப் பன்மடங்காக்குவதற்குப் பதிலாக, ஒரு ரியல் எஸ்டேட் உரிமையாளர், ரியல் எஸ்டேட் முகவர்கள் என்று பரவலாக அறியப்படுகின்ற தனிப்பட்ட ஒப்பந்தக்காரர்கள் அடங்கிய ஒரு குழுவைப் பன்மடங்காக்குகிறார்.

டெட் என்ற பெயருடைய ஒரு கற்பனையான ரியல் எஸ்டேட் தொழில் வல்லுனர் எவ்வாறு பன்மடங்காக்குதலைப் பயன்படுத்தி, குறைந்த நேரத்தில் அதிகப் பணம் சம்பாதிக்கிறார் என்பதைப் பார்க்கலாம். கிட்டத்தட்ட 20 ஆண்டுகளாக, டெட், ரியல் எஸ்டேட் விற்பனை செய்துகொண்டு இருக்கிறார். அவர் தொழிலைத் துவங்கிய புதிதில் மாதத்திற்கு ஒரு

வீட்டை விற்றாலே பெரிய விஷயம். ஆனால் வருடங்கள் செல்லச் செல்ல, அவர் தன்னுடைய வேலையில் முன்னேறலானார். தொழிலை ஆரம்பித்து ஐந்து வருடங்களுக்குப் பிறகு, சராசரியாக வருடத்திற்கு 50 வீடுகளை விற்கலானார்.

ஆனால் எவ்வளவு கடினமாக உழைத்தும், அவரால் வாரத்திற்கு ஒரு வீட்டிற்கு மேல் தனியொருவராக விற்பது இயலாத காரியமாகவே இருந்தது. என்ன இருந்தாலும், அவரால் ஒரு நாளைக்கு ஒரு குறிப்பிட்ட எண்ணிக்கையில்தான் வாங்க வருபவர்களுக்கு வீடுகளைக் காட்ட முடிந்தது. அவரால் ஒரு வாரத்தில் சில குறிப்பிட்ட வீடுகளைத்தான் பேசி முடிக்க முடிந்தது. அதனால் அவர் ஓர் அலுவலகத்தைத் திறப்பதென்று முடிவெடுத்தார்.

டெட் தன்னுடைய நண்பர்களிலிருந்து சில ரியல் எஸ்டேட் உரிமையாளர்களைத் தனது அலுவலகத்தில் பணியில் அமர்த்தினார். சில வருடங்களுக்குள், அவர் 20 தலைசிறந்த ரியல் எஸ்டேட் முகவர்களை ஒருங்கிணைத்தார். அவர்கள் ஒவ்வொருவரும் வருடத்திற்கு 50 வீடுகளை விற்றனர். இதன் மூலம் அவரது அலுவலகம் வருடத்திற்கு 1,000 வீடுகளை விற்றுக் கொண்டிருந்தது.

இப்பொழுது, பன்மடங்காக்குதல் டெட்டிற்கு என்ன செய்துள்ளது என்பதைப் பாருங்கள். தனி ஒருவராக டெட்டால் 50 வீடுகளை மட்டுமே விற்க முடியும். மற்ற முகவர்களின் நேரத்தையும் திறமைகளையும் பன்மடங்காக்கியதன் மூலம் அவரால் 1,000 வீடுகளை விற்க முடிந்தது. அவர் தனி ஒருவராகவே வேலை செய்து கொண்டிருந்திருந்தால் இது இயலாத காரியமாகி இருக்கும். பன்மடங்காக்குதலால் அவர்

குறைந்த நேரம் வேலை செய்துகொண்டே, உற்பத்தித் திறனை 20 மடங்கு அதிகரிக்க முடிந்தது. அதுதான், 'தேவை புத்திசாலித்தனம், கடின உழைப்பல்ல' என்ற சொற்றொடரின் பொருள்.

கிளை உரிம முறை மூலம் பன்மடங்காக்குதல்

கிளை உரிம முறை, பன்மடங்காக்குதலை ரியல் எஸ்டேட் அலுவலகத்தைக் காட்டிலும் இன்னும் பெரிய நிலைக்கு எடுத்துச் சென்றது. கிளை உரிம முறை பல வருடங்களாக இருந்து வந்திருந்த போதிலும், 1950களின் துவக்கத்தில்தான் அது 'சட்டப்பூர்வமான' வியாபாரத் திட்டமாக அங்கீகரிக்கப்பட்டது. மில்க் ஷேக் தயாரிக்கும் கருவியின் விற்பனையாளரான ரே க்ராக் என்பவர் முதன் முதலாக மெட்டோனால்ட்ஸ் என்ற ஒரு துரித உணவகத்தின் கிளை உரிமத்தைப் பெற்றார்.

கிளை உரிமம் வழங்கும் முறையை ரே க்ராக் கண்டுபிடிக்கவில்லை. ஆனால் அவர் அதனைச் சீர்செய்து அதற்குரிய முழுமையான வடிவத்தைக் கொடுத்தார் என்று உறுதியாகக் கூறலாம். ஓர் உரிமக் கிளையின் வெற்றிக்கான திறவுகோல், காப்பியடித்தல் என்பதை ரே க்ராக் புரிந்திருந்தார். எனவே அவர் ஒரு குறையற்ற அமைப்பை உருவாக்கும் முயற்சியில் ஈடுபட்டார். இந்த அமைப்பு ஒரு வெற்றிகரமான உரிமக் கிளைக்கான ஒவ்வொரு விபரத்தையும் எடுத்துரைத்தது. ஒவ்வொரு முறையும் கச்சிதமான பிரென்ச்சு ஃப்ரைஸ் தயாரிப்பதற்கான இரகசியத்தை ஆராய்ச்சி செய்வதற்காக 3 மில்லியன் டாலர்கள் செலவு செய்யும் அளவுக்கு அவர் அதில் மும்முரமாக ஈடுபட்டார். ஒருவர் மெக்டோனால்ட்ஸின் கிளை உரிமத்தை வாங்கும்போது, அவர் செய்ய

வேண்டியதெல்லாம், கோடிட்ட இடங்களைப் பூர்த்தி செய்ய வேண்டும், அவ்வளவுதான். இது ஒரு காப்பியடிப்பவரின் கனவு நனவாதலாகும்!

இதைப் பற்றிச் சிந்தித்துப் பாருங்கள்: நீங்கள் ஒரு மெக்டோனால்ட்ஸ் உணவத்திற்குள் நுழையும் போது, பிரென்சு ஃப்ரை தயாரிப்புக் கருவி எங்கே இருக்கிறது? உணவகத்தின் இடது பக்கத்தில், இல்லையா? உரிமக் கிளை இடாஹோ மாநிலத்திலுள்ள மாஸ்கோவில் இருந்தாலும் சரி, அல்லது இரஷ்யாவிலுள்ள மாஸ்கோவில் இருந்தாலும் சரி, பிரென்ச்சு ஃப்ரை தயாரிப்புக் கருவியானது உணவகத்தின் இடது பக்கத்தில்தான் இருக்கும். இதே போன்று, உரிமக் கிளையின் அனைத்துச் செயல்பாடுகளின் ஒவ்வொரு விபரமும் தெளிவாகப் பதிவு செய்யப்பட்டு, அவை ஒவ்வொன்றும் அவற்றின் சரியான இடத்தில் இருக்கும் என்று நீங்கள் உறுதியாக நம்பலாம்.

நகலெடுத்தல்: கிளை உரிம முறையின் வெற்றித் திறவுகோல்

கிளை உரிமம் என்னும் கொள்கை மிகவும் சிறப்பாகச் செயல்படக் காரணம், அது மிகவும் எளிமையான ஒன்றாக இருப்பதுதான். இது மிகச் சிறப்பான ஒரு ‘உனக்கும் வெற்றி/ எனக்கும் வெற்றி’ என்ற நிலை. இந்நிலையில் உரிமம் வழங்கியவரும் சரி, உரிமையாளரும் சரி, மேன்மேலும் முன்னேறிச் செல்கின்றனர்.

அனுபவம் மற்றும் தவறுகளிலிருந்து கற்றல் மூலம் உரிமம் வழங்குபவர் அப்படியே அச்சசலாக நடைமுறைப்படுத்தக் கூடிய ஒரு வியாபார மாதிரியை ஒரு நிரூபிக்கப்பட்ட பொருளை (டாமினோஸ் பிட்சா

போல) மையமாக வைத்தோ அல்லது ஒரு தேவையான சேவையை (கின்கோஸ் காப்பியர் சர்வீஸ் போல) சுற்றியோ உருவாக்குகிறார். எவரொருவருக்கும் கற்றுக் கொடுக்கக் கூடிய வகையில் ஒரு வெற்றிகரமான மாதிரி அமைப்பை உருவாக்கி, என்னவெல்லாம் செய்யப்பட வேண்டுமோ அவற்றையெல்லாம் விபரமாகப் பதிவு செய்வது, ஒரு வெற்றிகரமான உரிமம் வழங்குபவராக ஆவதற்கான திறவுகோல்.

மாதிரி அமைப்பு ஒன்று நிரூபிக்கப்பட்டு, சராசரி மனிதர் காப்பியடிக்கும் விதத்தில் இருக்குமானால், அதற்குக் கிளை உரிமம் வழங்கினால் அது நிச்சயம் வெற்றி நடை போடும். ஆனால், மாதிரி அமைப்பு இலட்சத்தில் ஒரு நட்சத்திரத்தின் திறமையைச் சார்ந்திருக்குமானால், பின்னர் அதை வெற்றிகரமாகக் கிளைப்படுத்த முடியாது; ஏனெனில், நட்சத்திரங்கள் நகலெடுக்க முடியாதவை.

நட்சத்திரங்கள் நகலெடுக்க முடியாதவை

டாம் குரூஸ் என்னும் நடிகர் ஒரு படத்திற்கு 20 மில்லியன் டாலர்கள் சம்பளத்தை உரிமையோடு கேட்கக் கூடிய நிலையில் இருப்பதற்குக் காரணம் அவரிடம் ஒரு நட்சத்திரத்தின் அனைத்துக் குணாம்சங்களும் ஒருங்கே அமையப் பெற்றிருப்பதால் தான். ஹாலிவுட் வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், அவர் 'பெரும் இலாபத்திற்கான உத்தரவாதம்.' டாம் குரூஸ் ஒரு திரைப்படத்தில் தோன்றுகிறார் என்றால், அப்படம் பெரும் பணத்தை அள்ளிக் கொண்டுவந்து சேர்க்கும் என்பது கிட்டத்தட்ட உறுதிப்படுத்தப்பட்ட விஷயம்.

ஆனால், உங்களால் 'டாம் குரூஸ்' என்னும் பொருளுக்குக் கிளை உரிமம் வழங்க முடியாது; காரணம்

அவரை நகலெடுக்க முடியாது. ஒரு சராசரி மனிதர் டாம் குரூஸ் செய்வதைக் காப்பியடிப்பதன் மூலம், அவருக்குக் கிடைக்கும் வெற்றிகள் தனக்கும் கிடைக்கும் என்று எதிர்பார்க்க முடியாது. அதனால் தான், ஒரு வெற்றிகரமாக விற்பனையாகும் புத்தகத்தை எழுதுவது அல்லது ஒரு வெற்றிகரமான பாடலைப் பாடுவது போன்ற படைப்பு முயற்சிகளுக்குக் கிளை உரிமம் வழங்க முடியாது. ஏனெனில், அவை ஒரு நட்சத்திரம் என்ற காரணியைச் சார்ந்துள்ளன; மேலும் அவை தனித்துவம் மிக்கவை; நகலெடுக்க முடியாதவை.

இருந்தாலும், சில பொருட்களும் வியாபாரங்களும் எளிதில் நகலெடுக்கப்படக் கூடியவை. பிட்சா இதற்கான மிகச் சரியான எடுத்துக்காட்டு. இதற்கான இடுபொருட்கள் எளிதில் கிடைப்பவை; மலிவானவை. ஒரு கச்சிதமான பிட்சாவை உருவாக்க ஒருசில நிமிடங்களே போதும். மேலும் நடைமுறையில், உயர்க்கல்வி அல்லது அதற்கும் கீழே உள்ள தகுதியையுடைய, வாழ்வில் முன்னேற வேண்டும் என்ற துடிப்புடைய எவரொருவராலும் பிட்சா ஹட் அல்லது டாமினோஸ் உணவகத்தின் கிளை உரிமத்தை நகலெடுக்கக் கற்றுக் கொள்ள முடியும். மொத்தத்தில் கிளை உரிமையாளர் ஒரு விண்வெளி அறிஞராக இருக்க வேண்டிய அவசியமில்லை. ஆனால் நிரூபிக்கப்பட்ட ஓர் அமைப்பைக் காப்பியடிப்பதில் சிறந்தவராக இருக்க வேண்டும்.

பூஜ்ஜியத்திலிருந்து பெரும்புள்ளி

நகலெடுப்பதன் மூலம் நேரத்தையும் பணத்தையும் பன்மடங்காக்கும் கொள்கை வேலை செய்யுமா? இக்கேள்விக்கு விடையளிக்க நீங்கள் செய்ய வேண்டியதெல்லாம், கடந்த 50 ஆண்டுகளாகக் கிளை

உரிம முறைக்கு என்ன நேர்ந்தது என்பதைப் பார்ப்பது தான். ரே கிராக் தன்னுடைய செயல்பாடுகளை நகலெடுக்க ஆரம்பித்தபோது, பெரும்பாலான மக்கள் கிளை உரிம முறையை ஒரு 'மோசடி' என்றே கருதினர். அமெரிக்கக் காங்கிரஸ் அதனைச் சட்டத்திற்குப் புறம்பானதாக அறிவிக்கவும் முயற்சித்தது.

இன்று கிளை உரிம முறையைக் குறித்தக் கண்ணோட்டம் 180 டிகிரி திரும்பியுள்ளது. வல்லுனர்களின் கணிப்புப்படி, இன்று அமெரிக்காவில் 34 சதவீதத்திலிருந்து 60 சதவீதம் வரையிலான பொருட்களும் சேவைகளும் கிளை உரிம முறையிலேயே விநியோகிக்கப்பட்டு வருகின்றன. உலகெங்கிலுமுள்ள முதலீட்டாளர்கள் இதனை நன்றாகப் புரிந்து கொண்டு, நிரூபிக்கப்பட்ட ஓர் அமைப்பின் உரிமத்தைப் பெற்றுக் காப்பியடிக்க இலட்சக்கணக்கான டாலர்களைக் கொட்டிக் கொடுத்து வருகின்றனர்.

கிளை உரிம முறையின் அபார வெற்றிக்கான சிறப்புப் பின்னணி, காப்பியடித்தல் மூலம் நகலெடுத்தல் என்னும் கொள்கையே. ஆனால், கிளை உரிம முறையில் உள்ள ஒரு பிரச்சனை என்னவென்றால், ஒரு கிளையைத் தொடங்குவதற்குப் பெரும் பணம் தேவைப்படுகிறது. இதுதான் இன்றைய யதார்த்தம். ஒரு மெக்டோனால்ட்ஸ் துரித உணவகத்தின் கிளை உரிமத்தைப் பெறத் தேவைப்படும் ஒரு மில்லியன் டாலர் பணம் வெகு சிலரிடமே உள்ளது. அது மட்டுமல்ல. நீங்கள் உண்மையிலேயே கிளை உரிம அமைப்பில் செல்வந்தராக வேண்டுமென்றால், நீங்கள் ஒன்றுக்கும் மேற்பட்ட கிளைகளை வாங்கி அவற்றை நிர்வகிக்க வேண்டும்.

மாற்றுக்கிளை உரிம முறை: ஒப்பற்றக் காப்பியடித்தல் முறை

எல்லோராலும் துவங்கப்படக்கூடிய, தொடக்கச் செலவு வெறும் 500 டாலர்கள் அல்லது அதற்கும் குறைவாகவே தேவைப்படும் கிளை உரிம முறைத் திட்டம் ஒன்று இருப்பதாக வைத்துக் கொள்வோம். இந்த 'மாற்றுக் கிளை உரிம முறை,' மனிதர்களுக்குத் தெரிந்த பன்மடங்கு வளர்ச்சியின் மிகவும் சக்திவாய்ந்த வடிவத்தின் கூட்டு வட்டி முறை மூலம், பல்கிப் பெருகும் வளர்ச்சியின் பலன்களைப் பயன்படுத்திக் கொள்கிறது என்றும் வைத்துக் கொள்வோம். உங்கள் கைகளில் தவழ்வது செல்வத்தை உருவாக்கும் ஓர் ஒப்பற்றக் காப்பியடித்தல் அமைப்பு, இல்லையா?

வரலாற்றில் பெரும் பணக்காரர்களின் 'செல்வத்தை உருவாக்கும்' திட்டத்தை ஒரு சராசரி மனிதரும் காப்பியடிப்பதற்கு இன்று ஒரு வழி இருக்கிறது.

ஓராயிரம் முறை செய்யும் வேலைக்கு ஒருமுறை பணம் பெறுவதை விட, ஒருமுறை செய்யும் வேலைக்கு ஓராயிரம் முறை உங்களுக்குப் பணம் கிடைப்பதற்கு இன்று ஒரு வழி உள்ளது.

இனி வரும் பக்கங்களில், பன்மடங்கு வளர்ச்சியினைப் பற்றி அதிகமாகக் கற்றுக் கொள்ள இருக்கிறீர்கள். இவ்வளர்ச்சி உங்களையும் என்னையும் போன்ற சராசரி மக்களும் காப்பியடிக்கக் கூடிய, செல்வத்தை உருவாக்குவதற்கான, நிரூபிக்கப்பட்ட ஒரு திட்டம். மேலும், பன்மடங்கு வளர்ச்சியும் கிளை உரிமக் கொள்கையும் இணைந்து, இன்றுள்ள மற்ற எந்த வருவாய் ஈட்டும் அமைப்பையும்விட அதிகமான தனிப்பட்ட செல்வத்தைக் குறைந்த நேரத்தில்

உருவாக்கும் சக்தியை எவ்வாறு உங்களுக்குக் கொடுக்கும் என்பதையும் நீங்கள் கற்றுக் கொள்வீர்கள்.

5

பன்மடங்கு வளர்ச்சி:

பெருஞ் செல்வம் உருவாக்கச் சூத்திரம்

நீங்கள் பணக்காரராக விரும்பினால், ஏராளமாகப் பணம் பண்ணும் ஒருவரைக் கண்டுபிடித்து, அவர் செய்வதை அப்படியே காப்பியடித்தால் போதும்.

ஜே. பால் கெட்டி

சலவைத் தொழில் செய்து வந்த ஓசியோலா மெக்கார்ட்டி என்ற எண்பத்தெட்டு வயது மூதாட்டி ஒருவரின் கதையோடு இந்த அத்தியாயத்தைத் துவக்க விரும்புகிறேன். இக்கதை பன்மடங்காக்குதல் மூலம் செல்வத்தை உருவாக்குவதற்கான, உலகிலேயே மிகவும் சக்திவாய்ந்த, மிகவும் ஜனநாயகமான முறையை உங்களுக்கு வெளிச்சம் போட்டுக் காட்டும். அதற்குக் கூட்டு வட்டி முறை என்று பெயர். அன்னக் காவடிகளையும் அரசிளங்குமரர்களாக மாற்றும் சக்தி இதற்கு உண்டு.

கடினமான வாழ்க்கை

ஓசியோலா மெக்கார்ட்டி ஒரு கடினமான வாழ்க்கையை வாழ்ந்தார் என்பது உறுதி. அவருக்கு

எட்டு வயதாக இருந்தபோது, அண்டை வீட்டாரின் துணிமணிகளைத் துவைத்து, இஸ்திரி செய்வதில் தனது தாயாருக்கு உதவியாக இருப்பதற்காகப் பள்ளிப் படிப்பை நிறுத்த வேண்டிய கட்டாயத்திற்கு ஆளானார். அப்போது அவர் இரண்டாம் வகுப்பு படித்துக் கொண்டிருந்தார். எழுபது ஆண்டுகளுக்குப் பிறகும் ஓசியோலா ஒரு சலவைத் தொழிலாளியாக வேலை செய்து கொண்டிருந்தார்.

அவர் துவக்கத்தில் ஒரு மூட்டைத் துணிக்கு 1.50 டாலர்கள் முதல் 2 டாலர்கள் வரை கூலியாகப் பெற்றார். அது நான்கு பேர் அடங்கிய ஒரு குடும்பத்திற்கான ஒரு வாரத் துணியைத் துவைத்து இஸ்திரி போடுவதற்கான கூலியாகும். இரண்டாம் உலகப் போர் முடியும் வரை அது தொடர்ந்தது. போர் முடிந்த பிறகு அவர் தனது கூலியை 10 டாலர்களாக உயர்த்தினார். மிக நன்றாகத் தொழில் நடந்த வருடத்தில் கூட, ஒரு நாளைக்கு 10 மணி நேரமும், ஒரு வாரத்திற்கு ஆறு நாட்களும் உழைத்தும் அவரால் வருடத்திற்கு 9,000 டாலர்களுக்கு மேல் சம்பாதிக்க முடியவில்லை.

சிறு சேமிப்பு ஒரு பெரும் வித்தியாசத்தை ஏற்படுத்தும்

ஓசியோலாவுக்கு 40 வயதாகும்போதுதான், பணத்தைச் சேமிக்கும் நிலைக்கு அவர் முன்னேறினார். முதலில் சில்லறைக் காசுகளைச் சேமித்தார்; பின்னர் கால் டாலர்களைச் சேமித்தார்; இறுதியாக டாலர் நோட்டுக்களையும் சிறுகச் சிறுகச் சேமிக்கலானார். அவர் தன் சேமிப்புகளைத் தனது உள்ளூர் வங்கியில் போட்டு வைத்தார். ஆனால் அதிலிருந்து அவர் ஒருபோதும் பணத்தைத் திரும்ப எடுக்கவில்லை. காலப்போக்கில், அவருடைய சேமிப்பு பெருகியது;

அவரது சேமிப்பின் மீதான அசலும் வட்டியும் பல்கிப் பெருகிக் கொண்டேயிருந்தன.

துவக்கப் பள்ளிப் படிப்பைப் பாதியிலேயே நிறுத்திவிட்ட, வருடத்திற்கு 9,000 டாலர்களுக்கு மேல் சம்பாதிக்காத ஓசியோலா மெக்கார்ட்டி, 1995ன் கோடைக் காலத்தில் சதர்ன் மிஸ்ஸிஸிப்பி பல்கலைக் கழகத்திற்கு 150,000 டாலர்களை நன்கொடையாக வழங்கினார்!

கூட்டு வட்டி முறை: உலகின் எட்டாவது அதிசயம்

ஒரு சாரசரிக்கும் கீழேயுள்ள படிப்பும் சொற்பமான வருவாயும் கொண்ட ஒரு சாதாரணப் பெண்ணால் எப்படி இவ்வளவு பணத்தைச் சேர்க்க முடிந்தது? ஓசியோலாவின் சொந்த வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், 'சொத்துக்களைக் குவிப்பதற்கான இரகசியம் கூட்டு வட்டி.'

வெப்ஸ்டர் அகராதி கூட்டு வட்டிக்கு, "அசல் மற்றும் பெருகி வரும் வழங்கப்படாத வட்டி ஆகிய இரண்டுக்கும் சேர்த்து வழங்கப்படும் வட்டி" என்று விளக்கம் தருகிறது. இவ்விளக்கத்திலுள்ள முக்கியமான வார்த்தை 'பெருகி' என்பதாகும். அசலோ வட்டியோ, மறுமுதலீடு செய்யப்படாமல் செலவழிக்கப்படும்போது கூட்டு வட்டி முறையின் சக்தி குறைந்துவிடுகிறது.

'இரட்டிப்பாக்கும் கொள்கை' என்றும் அழைக்கப்படும் இந்தக் கூட்டு வட்டி முறையானது, வரலாற்றில் உள்ள எந்தவொரு முதலீட்டுத் திட்டங்களையும்விட அதிகமான சொத்துக்களை உருவாக்கியுள்ளது. இத்திட்டத்தில், நீங்கள் வேலை செய்யாதபோதும், உங்களது பணம் உங்களுக்காக வேலை செய்து கொண்டிருக்கும். கணக்கைப் பற்றி

ஓரிரு விஷயங்கள் அறிந்து வைத்திருந்த ஆல்பர்ட் ஐன்ஸ்டீன், கூட்டு வட்டி முறையைப் பற்றிக் குறிப்பிடும்போது, “உலகின் எட்டாவது அதிசயம்” என்று அழைத்தார். உண்மையில், செல்வத்தை உருவாக்கும் கூட்டு வட்டி முறைதான் வால் ஸ்டிரீட் மற்றும் வங்கித் தொழில்களை வழிநடத்திச் செல்கின்றது.

பன்மடங்கு வளர்ச்சி = பூதாகார வளர்ச்சி

கூட்டு வட்டி முறையை ‘உலகின் எட்டாவது அதிசயம்’ என்று குறிப்பிடும் அளவுக்கு அதில் அப்படி என்ன இருக்கிறது? கூட்டு வட்டி முறையின் எந்த அம்சம், சொற்பப் பணத்தைக் கூடக் குறிப்பிடத்தக்கப் பெரும் தொகையாக மாற்றும் சக்தியை அதற்கு அளிக்கிறது? இதற்கான விடை பன்மடங்கு வளர்ச்சி. இது நேரத்தையும் பணத்தையும் பன்மடங்காக ஆக்குவதற்கான தலைசிறந்த கருவி!

மூன்றாவது அத்தியாயத்தில் நான் நேர்க்கோட்டு வளர்ச்சியின் குறைபாடுகளைப் பற்றிக் குறிப்பிட்டிருந்தது உங்களுக்கு நினைவிருக்கலாம். பன்மடங்கு வளர்ச்சிக்கும் நேர்க்கோட்டு வளர்ச்சிக்கும் இடையே உள்ள பெரிய வேறுபாட்டைப் புரிந்து கொள்ள, நடுநிலைப் பள்ளியில் நாம் கற்றுக்கொண்ட கணிதத்தின் சில அடிப்படைக் கோட்பாடுகளை மீண்டும் அலசிப் பார்க்கலாம்.

நேர்க்கோட்டுச் சமன்பாடு என்பது ‘கூட்டல்’ போன்ற, கணிதத்தின் சில அடிப்படைச் செயல்களைக் குறிக்கிறது. ஒரு மாதிரி நேர்க்கோட்டுச் சமன்பாடு இவ்வாறு இருக்கும்:

$$5 + 5 = 10$$

வளர்ச்சியானது படிப்படியாக நேர்க்கோட்டில் ஏற்படுவதால், அதற்கு அப்பெயர் வந்தது. இதனால்தான் நாம் நேர்க்கோட்டுச் சமன்பாடுகளை 'முதலாம் அடுக்குக் குறி மட்டுமே' உடைய கணித்தல்கள் என்று குறிப்பிடுகிறோம்.

மறுபுறம், பன்மடங்கு என்பது அதிநவீனப் பெருக்கல் முறையான 'வர்க்கப்படுத்துதல்' என்பதைக் குறிக்கிறது. மாதிரிப் பன்மடங்குச் சமன்பாடு ஒன்று இவ்வாறு இருக்கும்:

$$5^2 = 25$$

ஒரு வேர் எண் எத்தனை முறை தனக்குத் தானே பெருக்கிக் கொள்ளப்பட வேண்டும் என்பதைக் குறிக்கும் ஒரு சிறிய எண், அந்த வேர் எண்ணின் மேலே வலது பக்கமாக எழுதப்பட்டிருக்கும். இச்சிறு எண்ணிலிருந்துதான் பன்மடங்கு என்ற பெயர் அதற்கு வந்தது. அதனால்தான், நாம் பன்மடங்குச் சமன்பாடுகளைக் குறிக்கும்போது, 'முதலாம் அடுக்குக் குறியிலுள்ள' அல்லது 'இரண்டாம் அடுக்குக் குறியிலுள்ள' கணித்தல்கள் என்று கூறுகிறோம்.

இதிலுள்ள அடிப்படையான விஷயம் இதுதான். நேர்க்கோட்டு வளர்ச்சி என்பது படிப்படியானது; கொஞ்சம் கொஞ்சமாக அதிகரிக்கக்

கூடியது. பன்மடங்கு வளர்ச்சி என்பது தீவிரமானது; பல்கிப் பெருகுவது. உங்களுடைய நேரத்தையோ அல்லது பணத்தையோ முதலீடு செய்யும்போது, நீங்கள் மனத்தில் வைத்துக் கொள்ள வேண்டிய ஓர் எளிய சமன்பாடு இதுதான்:

நேர்க்கோட்டுச் சமன்பாடு என்பது வரம்புக்கு உட்பட்டது. பன்மடங்குப் பெருக்கம் என்பது எல்லையற்றது.

72ன் விதி

பன்மடங்கு வளர்ச்சியின் வியத்தகு ஆற்றலை நன்றாகப் புரிந்து கொள்ள, 72ன் விதி என்று அழைக்கப்படும் இரட்டிப்பாக்கும் கொள்கையைப் பற்றிப் பார்க்கலாம். இவ்விதி, ஒரு முதலீடு இரட்டிப்பாவதற்கு எத்தனைக் காலம் பிடிக்கும் என்று கணக்கிடுவதற்கான ஓர் எளிய சூத்திரம்.

அது எவ்வாறு வேலை செய்கிறது என்பதை இப்பொழுது பார்க்கலாம். உங்கள் முதலீட்டுப் பணம் இரட்டிப்பாவதற்கு எத்தனை வருடங்கள் ஆகும் என்பதைக் கணக்கிட, முதலில் வருடாந்திர வட்டியைத் தீர்மானிக்க வேண்டும். பின்னர் அந்த வட்டிவீதத்தை 72ஆல் வகுக்க வேண்டும். இதிலிருந்து கிடைக்கும் எண்தான் உங்கள் முதலீட்டை இரட்டிப்பாக்க நீங்கள் எடுத்துக் கொள்ளும் ஆண்டுகள்.

எடுத்துக்காட்டாக, பங்குச் சந்தையில் வருடத்திற்குப் பத்து சதவீதம் இலாபப் பங்கைத் தரும் ஒரு பங்கில் (கடந்த 50 ஆண்டுகளில் பங்குச் சந்தையின் சராசரி இலாபப் பங்கு 10 சதவீதமாகத் தான் இருந்து வருகிறது) நீங்கள் 10,000 டாலர்களை முதலீடு செய்கிறீர்கள் என்று வைத்துக் கொள்வோம்.

72ன் விதி

முதலீட்டுத் தொகை: $10,000

முதலீட்டுக்குக் கிடைக்கும் பதிலீட்டுத் தொகை: 10%

இரட்டிப்பாக ஆகும் வருடங்கள்: 72/10 = 7.2 வருடங்கள்

எனவே, நீங்கள் முதலீடு செய்துள்ள 10,000 டாலர்கள் 20,000 டாலர்களாக இரட்டிப்பாவதற்கு 7.2 வருடங்கள் பிடிக்கும்.

நேர்க்கோட்டு வளர்ச்சி (எளிய கூட்டுக் கொள்கை)	**பன்மடங்கு வளர்ச்சி (இரட்டிப்பாக்கும் கொள்கை)**
முதலீடு: $ 10,000	$ 10,000
7 ஆண்டுகளுக்குப் பின் 10 + 10 = 20,000	$ 20,000
14 ஆண்டுகளுக்குப் பின் 20 + 10 = 30,000	$ 40,000
22 ஆண்டுகளுக்குப் பின் 30 + 10 = 40,000	$ 80,000
29 ஆண்டுகளுக்குப் பின் 40 + 10 = 50,000	$ 160,000
36 ஆண்டுகளுக்குப் பின் 50 + 10 = 60,000	$ 320,000
43 ஆண்டுகளுக்குப் பின் 60 + 10 = 70,000	$ 640,000
50 ஆண்டுகளுக்குப் பின் 70 + 10 = 80,000	$ 1,300,000

72ன் விதி கணக்கிடுவதற்கு எளிதாக இருக்கலாம்; ஆனால், அந்தச் சூத்திரத்திலிருந்து கிடைக்கும் விடைகள் நம்மை வியப்பில் ஆழ்த்தத் தவறுவதில்லை. நேர்க்கோட்டு வளர்ச்சியில் முதலீடு செய்யப்பட்டுள்ள 10,000 டாலர்களையும், வருடத்திற்குப் பத்து சதவீதம் பதிலீட்டு வருவாயைத் தரும் பன்மடங்கு வளர்ச்சியில் முதலீடு செய்யப்பட்டுள்ள 10,000 டாலர்களையும் கீழே கொடுக்கப்பட்டுள்ள அட்டவணை ஒப்பிடுகிறது. (10

சதவீதத்தில், 10,000 டாலர்கள் ஒவ்வொரு 7.2 வருடங்களுக்கும் இரட்டிப்பாகும் என்பதை நினைவில் வைத்திருங்கள்.)

இந்த அட்டவணை, பன்மடங்கு வளர்ச்சியின் சக்தியை விரிவாக எடுத்துரைப்பதோடு, நேர்க்கோட்டு வளர்ச்சியின் தீவிரமான குறைபாடுகளையும் நமக்குச் சுட்டிக் காட்டுகிறது. முதல் சில வருடங்களுக்கு இவ்விரு வளர்ச்சிகளும் கிட்டத்தட்ட ஒன்று போலத் தான் இருக்கின்றன. ஆனால் பன்மடங்கு வளர்ச்சியானது பல்கிப் பெருகுவதால், முதலீடு நாளுக்கு நாள் அதிகரித்து, காலப்போக்கில் பூதாகாரமாக வளர்ந்து விடுகிறது. அட்டவணையில் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள இறுதித் தொகை நமக்குக் கதையைச் சொல்லி விடுகிறது. நேர்க்கோட்டு வளர்ச்சியில் 80,000 டாலர்கள் பதிலீடாகக் கிடைக்கிறது; மாறாக, பன்மடங்கு வளர்ச்சியில் 1.3 மில்லியன் டாலர்கள் பதிலீடாகக் கிடைக்கிறது!

அதனால்தான், நான் பன்மடங்கு வளர்ச்சியை, 'சொத்துக் குவிப்பதற்கான சூத்திரம்' என்று கூறுகிறேன். பன்மடங்கு வளர்ச்சியானது உங்கள் பணத்தை, அளவோடு படிப்படியாக வளரச் செய்வதற்கு மாறாக, பன்மடங்காக வளரச் செய்கிறது.

கூட்டு வட்டி முறை: செல்வக் குவிப்பிற்கான சிறந்த வழி

உலகின் பெரும் பணக்காரர்களில் ஒருவரான வாரன் பஃபே உருவாக்கிய முதலீட்டு நிதி, கூட்டு வட்டி முறை மூலம் ஏற்படும் பன்மடங்கு வளர்ச்சியின் சக்திக்குச் சிறந்த எடுத்துகாட்டாகும். ஒருவேளை நீங்கள் 1956ல் வாரன் பஃபேயின் பெர்க்ஷையர் ஹேத்தவே நிதியில் 10,000 டாலர்களை முதலீடு செய்து,

ஒவ்வோர் ஆண்டும் அதன் வட்டியையும் இலாபப் பங்கையும் மறுமுதலீடு செய்து வந்திருப்பீர்களே யானால், இன்று உங்கள் முதலீட்டின் மதிப்பு 80 மில்லியன் டாலர்களாக இருந்திருக்கும்!

இயலாத காரியமாகப் படுகிறது அல்லவா? வெறும் 10,000 டாலர்கள் முதலீட்டுக்கு 80 மில்லியன் டாலர்கள் பதிலீடு! ஆனால் அதுதான் உங்கள் முதலீட்டை வருடா வருடம் பல்கிப் பெருகச் செய்யும் கூட்டு வட்டியின் சக்தி. இப்பொழுது காலப்போக்கில் 100 மடங்கு வளர்ச்சி பெற்றுள்ள நிறுவனங்களில் சிலவற்றைப் பார்க்கலாம்: சிஸ்கோ, ஐபிஎம், வால் மார்ட், மைக்ரோசாஃப்ட். இப்பட்டியல் நீண்டு கொண்டே போகும். உங்களிடம் முன்னோக்கும், பொறுமையும், மேற்கூறிய நிறுவனங்கள் ஏதேனும் ஒன்றில் முதலீடு செய்வதற்கான பணமும் இருந்திருந்தால், இன்று நீங்கள் பல கோடிக்கு அதிபதியாயிருப்பீர்கள்.

சாமான்யர்களுக்கான பன்மடங்கு முறை

கூட்டு வட்டி முறையை 'சாமான்யர்களுக்கான பன்மடங்கு முறை' என்று நான் கூறுவதற்கு ஓசியோலா மெக்கார்ட்டி ஒரு சிறந்த எடுத்துக்காட்டு. கடந்த அத்தியாயத்தில் நான் எடுத்துக் கூறிய, இரு வகையான பன்மடங்காக்குதல் முறைகளான தொழிலாளர்களை அமர்த்திக் கொள்ளுதல் மற்றும் கிளை உரிம முறை ஆகியவை கண்டிப்பாகச் சக்திவாய்ந்த கருவிகள்தான். ஆனால் அவற்றை நடைமுறைப்படுத்துவதற்கு உங்களுக்கு ஏராளமான பணமோ அல்லது அதிகத் திறமைகளோ அவசியம் தேவை.

மாறாக, நடைமுறையில் கூட்டு வட்டி

முறையின் வியத்தகு சக்தியை எவரொருவரும் உபயோகப்படுத்திக் கொள்ள முடியும். கூட்டு வட்டி, செல்வத்தை உருவாக்கும் பன்மடங்கு அமைப்பின் முதுகெலும்பு. இது உங்களுடைய நேரத்தையும், திறமைகளையும், முயற்சிகளையும், பணத்தையும் பன்மடங்காக்க உதவும் ஆற்றல் வாய்ந்த வழி.

இனி வரும் பக்கங்களில் நீங்கள் கற்றுக் கொள்ளவிருக்கும் காப்பியடித்தல் அமைப்பு, கூட்டு வட்டி முறையின் இரு பெரும் பின்னடைவுகளைக் களைகிறது. அது நேரமும் பணமும். நான் இதனை விளக்குகிறேன். பெரும்பாலான மக்கள் 100,000 டாலர்கள் அல்லது 50,000 டாலர்கள், அவ்வளவு ஏன், வெறும் 10,000 டாலர்கள் கூட முதலீடு செய்யும் நிலையில் இல்லை. அப்படியே அவர்களிடம் அவ்வளவு பணம் இருந்தாலும், 40 அல்லது 50 வருடங்கள் வரை அது பல்கிப் பெருகுவதற்காகக் காத்துக் கொண்டிருக்க அவர்கள் விரும்புவதில்லை. விலைவாசி கூரையைப் பிய்த்துக் கொண்டு போகும் அளவிற்கு உயர்ந்துள்ள நிலையில், இரண்டு வருமானங்கள் உள்ள குடும்பங்கள்கூடத் தங்களுடைய அத்தியாவசியத் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்யப் பெரும் பாடுபட்டுக் கொண்டிருக்கும் இவ்வேளையில், தாங்கள் கஷ்டப்பட்டுச் சம்பாதித்த பணத்தை, ஓய்வு பெற்ற பிறகு நீண்ட காலம் நிம்மதியான வாழ்க்கை நடத்தும் வகையில் முதலீடு செய்ய அவர்கள் தயாரில்லை.

காலம் பொன் போன்றது

எனவே, பல்லாயிரக்கணக்கான டாலர்கள் முதலீடு செய்ய வேண்டிய அவசியமில்லாமல் பன்மடங்கு வளர்ச்சியின் மூலம் எவ்வாறு செல்வத்தை உருவாக்க முடியும்? அல்லது வாழ்நாள் முழுவதும்

காத்துக் கொண்டிருக்க வேண்டிய அவசியமில்லாமல், உங்கள் சொற்ப வருமானத்தைச் சிறிய சொத்தாக எப்படி இரட்டிப்பாக்க முடியும் என்ற கேள்வி எழுகின்றது. கிளை உரிம முறையையும் பன்மடங்கு வளர்ச்சியையும் இணைத்து உருவாக்கப்பட்ட, ஒரு சாத்தியப்படக்கூடிய, நகலெடுக்கக் கூடிய கொள்கையில் இதற்கான விடையை நீங்கள் காணலாம். அதுதான் நெட்வொர்க் மார்க்கெட்டிங்.

இவ்வுலகிலுள்ள பெரும்பாலான மக்களிடம் அதிகப் பணம் இல்லை என்பது உண்மை. ஆனால் நம் எல்லோரிடத்திலும் இருக்கும் ஒன்று நேரம். நாம் நமது அன்றாட நடவடிக்கைகளை நமக்கேற்றவாறு மாற்றியமைத்து, அதிலிருந்து சில மணி நேரங்களை எப்படியாவது நம்மால் சேமிக்க முடியும் ரு நாம் அந்த நேரத்தை உபயோகித்து உண்மையான செல்வத்தை உருவாக்குவதில் தீவிரமாக இருக்கும் பட்சத்தில்!

வரும் ஆண்டுகளில் உங்களுக்குக் வெற்றி கிடைப்பதற்கான எளிய சூத்திரம் இது:

T = ஒரு காப்பியடிக்கக் கூடிய மாதிரியை நகல் எடுப்பதற்கு முதலீடு செய்யும் நேரம் (கிளை உரிமத் திட்டம்)

E^2 = பன்மடங்கு வளர்ச்சி

$\$$ = பொருளாதாரச் சுதந்திரம்

$$T \times E^2 = \$$$

உங்கள் பணத்திற்குப் பதிலாக நேரத்தை முதலீடு செய்வதன் மூலம் செல்வத்தை உருவாக்குவதற்கான வழியைக் காப்பியடிப்பதற்கு நெட்வொர்க் மார்க்கெட்டிங் எவ்வாறு உதவுகிறது என்பதை இனி வரும் பக்கங்களில் பார்க்கலாம்.

இந்த எளிய, நகலெடுக்கக் கூடிய, செல்வத்தை

உருவாக்கும் அமைப்பு வேலை செய்யுமா செய்யாதா என்பதல்ல கேள்வி. இது கண்டிப்பாக வேலை செய்கிறது. வருடத்திற்குப் பத்து சதவீதம் என்ற முறையில் வளர்ந்து வரும் 100 பில்லியன் டாலர்கள் கொண்ட உலகளாவிய தொழிற்துறையில் வேலை செய்யும், பொருளாதாரச் சுதந்திரத்தை அனுபவித்துக் கொண்டிருக்கும் பல்லாயிரக்கணக்கான ஆண்களும் பெண்களுமே இதற்குச் சாட்சி.

எனதருமை நண்பரே, நிரூபிக்கப்பட்ட இந்த அமைப்பு வேலை செய்கிறதா இல்லையா என்பது கேள்வியல்ல. கேள்வி இதுதான்: காப்பியடித்தல் மூலம் செல்வந்தராக ஆவதற்கு, அதைப் பார்க்கும் முன்னோக்கும், அதைப் புரிந்து கொள்ளும் தெளிந்த அறிவும், அதன் பலனை உபயோகித்துக் கொள்ளும் துணிச்சலும் உங்களிடம் உள்ளதா?

6

கூட்டு இயக்கம்:
சொர்க்கத்தில் அரங்கேறும் திருமணங்கள்

நீங்கள் ஆகாயத்தில் கோட்டைகளைக் கட்டியிருந்தால், உங்களுடைய உழைப்பு வீணாகத் தேவையில்லை. அவை அங்குதான் இருக்க வேண்டும். இப்பொழுது அவற்றிற்குக் கீழே அடித்தளங்களை அமையுங்கள்.

- ஹென்றி டேவிட் தோரோ

வெளிநாட்டிலிருந்து வந்து குடியேறிய எர்னஸ்ட் ஹாம்வி, 1905ல் நடந்த உலகக் கண்காட்சியில், காகிதத்தைப் போன்று மெல்லிய பெர்ஷியன் வாஃபில்களை விற்பதற்குத் தீவிரமாக முயற்சித்துக் கொண்டிருந்தார். அவர் சூரிய உதயம் முதல் அஸ்தமனம் வரை வேலை செய்தார் ... அவருடைய கடையைத் தாண்டிச் செல்லும் ஒவ்வொருவருக்கும் வாஃபில்களை இலவசமாகக் கொடுத்தார். ஆனாலும் ஒரு பயனும் இல்லை. எவரும்

அவருடைய வாஃபில்களை வாங்கத் தயாராக இல்லை.

அவருடைய வயிற்றெரிச்சலை அதிகரிக்கும் விதத்தில், ஒவ்வொரு நாளும் கண்காட்சிக்குப் பசியோடு வரும் பார்வையாளர்கள், அவருடைய கடையிலிருந்து இரண்டு கடைகள் தள்ளி இருக்கும் ஐஸ்கிரீம் கடையின் வரிசையில் நிற்பதற்காக விரைவதை அவர் ஏக்கத்தோடு பார்ப்பார். ஐஸ்கிரீம் விற்பவர் தன் கைக்கொள்ளாத அளவிற்குப் பணத்தை அள்ளிப் போடுவதைப் பார்த்தவாறே எர்னஸ்ட் தன்னுடைய நீண்ட நாட்களைக் கழித்தார். அது எரிகிற கொள்ளியில் எண்ணெயை ஊற்றியது போலிருந்தது அவருக்கு!

ஒரு நாள் நண்பகலில் கடுமையான வெயில் காய்ந்தது; பார்வையாளர்கள் கூட்டம் அலை மோதியது. அந்நேரத்தில்தான் எர்னஸ்டுக்குப் பெரும் அதிர்ஷ்டம் அடித்தது. ஐஸ்கிரீம் விற்பனை மும்முரமாக அதிவேகத்தில் நடந்து கொண்டிருந்தது. அதே வேகத்தில் பார்வையாளர்களுக்கு ஐஸ்கிரீமைப் பரிமாறும் தட்டுக்களும் தீர்ந்து கொண்டிருந்தன. தட்டுக்கள் அனைத்தும் தீர்ந்துவிட்ட நிலையில், அந்த ஐஸ்கிரீம் விற்பனையாளர், செய்வதறியாது எர்னஸ்டினின் கடைக்கு ஓடோடி வந்து, சில உபரித் தட்டுக்களைத் தருமாறு மன்றாடினார்.

சொர்க்கத்தில் நிச்சயிக்கப்பட்ட ஒரு திருமணம்

எர்னஸ்டிடம் தட்டுக்கள் ஏதும் இல்லை. அவரிடம் இருந்ததெல்லாம் அவர் விற்க முயற்சித்துக் கொண்டிருந்த, கட்டுக்கட்டாக அடுக்கி வைக்கப்பட்டிருந்த மென்மையான, இனிப்பான பெர்ஷியன் வாஃபில்கள் மட்டுமே. திடீரென்று

எர்னஸ்டுக்கு ஓர் எண்ணம் உதித்தது. ஒரு கரண்டி ஐஸ்கிரீமைத் தாங்கிக் கொள்ள ஏதுவாகத் தன்னுடைய வாஃபில்களைக் கூம்பு போலச் சுருட்டிக் கொடுத்தால் என்ன என்று அவர் நினைத்தார். அவர் நினைத்தபடியே அந்தக் கூம்பு மாயமாக வேலை செய்தது. அக்கணம்தான் உலக மக்களுக்கும் ஐஸ்கிரீம் கூம்புக்கும் இடையே காதல் மலரத் துவங்கியது.

ஒரு குதிரையும் வண்டியும் போல ஐஸ்கிரீமும், எர்னஸ்டின் வாஃபில் கூம்பும் இணைந்து சென்றன. அது சொர்க்கத்தில் நிச்சயிக்கப்பட்ட ஒரு இணைப்பு. அந்த ஐஸ்கிரீம் கூம்பு ஒரே இரவில் பரபரப்பை ஏற்படுத்தியது; 1905 உலகக் கண்காட்சியின் மிகவும் பிரபலமான பொருளாக அது உருவெடுத்தது. கிட்டத்தட்ட ஒரு நூற்றாண்டுக்குப் பிறகும், ஐஸ்கிரீம் கூம்புகள் இன்னும் உலகம் அதிகமாக விரும்பும் ஓர் இனிப்புப் பொருளாக இருந்து வருகிறது.

கூட்டு இயக்கம் என்ற கொள்கைக்கு இந்த ஐஸ்கிரீம் கதை ஒரு சிறந்த எடுத்துக்காட்டு. அதாவது, இரு வேறுபட்ட பொருட்களின் அல்லது கொள்கைகளின் கூட்டாற்றல், பெரும்பாலும் அவற்றின் தனித்தனிப் பாகங்களின் செயல்பாடுகளைக் காட்டிலும் அதிகமான பலன்களைக் கொடுக்கும். இந்த ஐஸ்கிரீம் கூம்பு படைப்பாற்றல் மிக்கக் கூட்டு இயக்கம்:

ஐஸ்கிரீமோ சுவை.
வாஃபில்களோ அருமை.
இரண்டும் இணைந்தாலோ அபாரம்!

படைப்பாற்றல் மிக்கக் கூட்டு இயக்கத்தின் வியத்தகு சக்தி

தனித்துவமிக்க இரு வேறுபட்டக் கொள்கைகளின் கூட்டியக்கம் பல சாதனைப்

பொருட்களின் படைப்பு, நம்புதற்கரிய இலாபங்களை ஈட்டும் தொழில் நிறுவனங்களின் உதயம், மாபெரும் சந்தர்ப்பங்களின் உருவாக்கம் போன்ற பல நிகழ்வுகளால் நம் வரலாறு நிரம்பி வழிகிறது!

கூட்டியக்கம் பற்றிய எனக்குப் பிடித்த கதைகளில் ஒன்று அமோகமாக விற்பனையான 3எம் என்னும் ஃபார்சூன் 500 நிறுவனத்தின் ஒரு சாதனைப் பொருளைப் பற்றியது. அந்த 3எம் நிறுவனத்தின் பணியாளர் ஒருவர் தேவாலயத்தின் பாடற்குழுவில் பயிற்சி செய்து கொண்டிருந்தபோது, தன்னுடைய இறைவழிபாட்டுப் புத்தகத்தில் அடையாளத்திற்காக வைத்திருந்த புத்தகக் குறி அதிலிருந்து விழாமலிருக்க ஒரு வழியை தேடிக் கொண்டிருந்தார்.

தன் அலுவலகத்தில் ஒரு கருத்து விவாதத்தின் போது தன்னுடைய பிரச்சனையை அவர் விளக்கமாக எடுத்துரைத்தார். ஒட்டுப்பசை குறித்துத் தாங்கள் மேற்கொண்ட புதியதோர் பரிசோதனை தோல்வியில் முடிந்தது ஒரு வேதியியல் பொறியாளருக்கு ஞாபகம் வந்தது. தாங்கள் தயாரித்தப் பசை கொண்டு ஒட்டப்பட்டப் பொருட்கள் முழுமையாக ஒட்டிக் கொள்ளாமல் கீழே விழுந்த வண்ணம் இருந்ததால், அப்பரிசோதனை தோல்வியில் முடிந்ததாக அறிவிக்கப்பட்டதாக அப்பொறியாளர் தெரிவித்தார். இப்போது அப்பசையை அந்த அடையாள அட்டையின் பின்பகுதியில் தடவி இறைவழிபாட்டுப் புத்தகத்தின் பக்கங்களில் ஒட்டினால், அவருடைய பிரச்சனையும் தீர்ந்துவிடும் என்று அவர் ஆலோசனை கூறினார். பின்னர் தேவைப்படும்போது அந்தப் புத்தகக் குறிப்பை அதிலிருந்து பிரித்தெடுத்து வேறொரு பக்கத்தில் ஒட்டிக் கொள்ளலாம் என்றும் அப்பொறியாளர் அறிவுறுத்தினார். இதே முறையைக்

குறிப்புப் புத்தகத்திற்கும் பயன்படுத்தினால் என்ன என்று சிந்தித்துப் பார்த்தனர். தோல்வியுற்ற ஒட்டுப்பசைக்கும் ஒரு குறிப்புப் புத்தகத்திற்கும் இடையே நடந்த அந்த வித்தியாசமான இணைப்பு "போஸ்ட் இட் நோட்" என்ற பொருள் உருவாகக் காரணமாக அமைந்தது. இப்பொருள் 3எம் நிறுவனத்திற்கு ஒவ்வோர் ஆண்டும் கோடிக்கணக்கான டாலர்கள் வருவாயை ஈட்டித் தருகிறது.

வெற்றிகரமான கூட்டு இயக்கத்திற்கான இரகசியம்

ஒன்றுக்கொன்று தொடர்பற்றது போலத் தோன்றும் இரு வேறுபட்ட கொள்கைகளை இணைப்பதன் மூலம், முற்றிலும் புதிதான ஒரு பொருளையோ அல்லது சேவையையோ உருவாக்குவதே ஒரு வெற்றிகரமான கூட்டு இயக்கத்திற்கான திறவுகோல். பல சமயங்களில் கூட்டு இயக்கங்கள், ஐஸ்கிரீம் கூம்பைப் போல, அதிர்ஷ்டவசமாக உருவாகும். மற்ற நேரங்களில், அவை முற்றிலும் மாறுபட்டக் கோணங்களில் சிந்திக்கும் ஆற்றல் கொண்ட சிறந்த படைப்பாளிகளின் எண்ணங்களிலிருந்து உருவாகும். காரணம் எதுவாக இருப்பினும், ஒரு வெற்றிகரமான கூட்டு இயக்கத்தின் விளைவு, சக்தி வாய்ந்தது; எதிர்பாராதது; பூதாகாரமானது; வாழ்வின் போக்கையும் மாற்றுவது.

உலகெங்கிலும் உள்ள மக்களின் வாழ்க்கையில் மாபெரும் தாக்கத்தை ஏற்படுத்தியுள்ள நவீனக் கூட்டு இயக்கங்கள் நான்கினைப் பற்றி நாம் சுருக்கமாகப் பார்க்கலாம்:

போக்குவரத்து வாகனம்: ஒருவேளை உலகளாவியக் கணிப்பு ஒன்றை நடத்தி, எந்தக் கண்டுபிடிப்பை

இருபதாம் நூற்றாண்டின் முக்கியக் குறியீடாகக் கருதுகிறீர்கள் என்று மக்களிடம் கேட்டால், பெரும்பாலான மக்களின் பதில் போக்குவரத்து வாகனம் என்பதாகத்தான் இருக்கும். குதிரை வண்டியையும், இயந்திரத்தின் ஆற்றலையும் கூட்டியக்க முறையில் இணைத்ததன் மூலம், ஜெர்மனியின் கார்ல் பென்ஸும் அமெரிக்காவின் ஹென்றி ஃபோர்டும் நம்மை நவீன யுகத்திற்கு ஓட்டி வந்த சாரதிகளாக விளங்கினர்.

மின்னஞ்சல்: மின்னஞ்சல் இல்லாமல் வியாபாரம் செய்வதை உங்களால் கற்பனை செய்ய முடியுமா? தொலைபேசியைத் தவிர்த்து, மலிவான, அதே சமயம் திறமை வாய்ந்த ஒரு வியாபாரக் கருவி மின்னஞ்சலாகத்தான் இருக்கும்.

தனிநபர்க் கணினி மற்றும் இணையம்: தனிநபர்க் கணினி ஓர் உச்சக்கட்டக் கூட்டியக்கப் பொருள். இது கணிப்பான் மற்றும் தட்டச்சு இயந்திரத்தின் அறிவார்ந்த இணைப்பு. 1960களின் துவக்கத்தில் ஆப்பிள் கணினியின் நிறுவனர்களில் ஒருவரான ஸ்டீவன் ஜாப்ஸுக்கு ஒரு முன்னோக்கு இருந்தது. சிறிய, மலிவான, சக்திவாய்ந்த கணினி ஒன்று ஒவ்வொரு வீடு, அலுவலகம், மற்றும் பள்ளியின் ஒவ்வொரு மேஜை மீதும் அமர்ந்திருக்கும் அந்த நாள் வெகு தூரத்தில் இல்லை என்பதை அவர் கண்டு கொண்டார். தனிநபர்க் கணினியையும் இணையத்தையும் இணையுங்கள். வியாபாரத்தின், ஏன், உலகத்தின் எதிர்காலத்தை நிர்ணயிக்கும் இணையவர்த்தகம் கிடைக்கும்.

கிளை உரிமம்: இருபதாம் நூற்றாண்டின் மிகவும் வெற்றிகரமான வியாபார மாதிரி, கிளை உரிமமே என்று வாதிடப்படலாம். கிளை உரிமம் என்பது சீயர்ஸ்

போன்ற வெற்றிகரமான சங்கிலித் தொடர் நிறுவனத்திற்கும் சிறு வியாபாரிக்கும் இடையேயான கூட்டியக்கம். அமெரிக்காவில் விற்கப்படும் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளில் மூன்றில் ஒரு பங்கு உரிமக் கிளைகள் மூலமே விநியோகிக்கப்படுகின்றன என்னும் சில நிபுணர்களின் கணிப்பு, இக்கொள்கை கடந்த ஐம்பது ஆண்டுகளுக்கும் மேலாக ஏன் வெற்றிகரமாகத் தொடர்ந்து இருந்து வந்துள்ளது என்பதைத் தெளிவுபடுத்துகிறது.

வெற்றிகரமான இந்த நான்குக் கூட்டு இயக்கங்களும் உலகில் பெருமளவில் தாக்கத்தை ஏற்படுத்தியுள்ளன என்பது உறுதி. கணக்கிலடங்காத மக்கள் சொத்துக்களைக் குவிப்பதற்கு இக்கூட்டு இயக்கங்கள் ஒவ்வொன்றும் உதவி புரிந்துள்ளன என்பது நிச்சயம். ஆனால், இப்பட்டியலில் உள்ள நான்காவது கூட்டியக்கமான கிளை உரிமம் மட்டுமே, சராசரி மனிதரும் செல்வந்தராவதற்கான முறையைக் காப்பியடிக்க ஏற்ற வழி என்று கூறுவது பொருத்தமானதாக இருக்கும்.

கிளை உரிமம்: காப்பியடிப்பவர்களின் நனவானகக் கூடிய கனவு

இதுதான் யதார்த்தம்: ஒரு புதிய கணினியை வடிவமைத்து உருவாக்குவதற்கோ, சொந்தமாக ஒரு கார் வியாபாரத்தை நடத்துவதற்கோ, அல்லது ஃபேக்ஸ் கருவிகளை விற்பனை செய்யும் ஒரு சில்லறைக் கடையை நடத்துவதற்கோ தேவையான அறிவும் பணமும் வெகு சில மக்களிடமே உள்ளன. நீங்கள் இத்தொழில்களை அவ்வளவு சுலபமாகக் காப்பியடிக்க முடியாது; ஏனெனில் இவற்றுக்குச் சிறப்புத்

திறமைகளும், ஏராளமான பணமும், அல்லது இரண்டுமே தேவைப்படும்.

கிளை உரிம முறையின் தனித்துவமே இதில்தான் அடங்கியுள்ளது. கிளை உரிம முறையின் வரையறைப்படி, அவை நகலெடுக்கப்படக் கூடிய மாதிரிகள். ஒரு பொருளோ அல்லது சேவையோ நகலெடுக்கப்பட முடியாததாக இருந்தால், அது கிளை உரிமக் கணக்கில் வராது.

கிளை உரிம முறையானது நுகர்வோருக்கு உண்மையிலேயே ஒரு வரப்பிரசாதம்; ஏனெனில், ஒரு உரிமக் கிளை மூலம், ஒரு வெற்றிகரமான பொருளோ சேவையோ உலகெங்கிலுமுள்ள நூற்றுக்கணக்கான அல்லது ஆயிரக்கணக்கான வெவ்வேறு இடங்களில் நகலெடுக்கப்பட முடியும். இதற்கு மீண்டும், மெக்டோனால்ட்ஸை ஒரு சரியான எடுத்துக் காட்டாகக் கூறலாம். அதன் முதல் உணவகம் கலிபோர்னியாவிலுள்ள சான் பெர்னார்டினோ என்ற ஒரே ஒரு நகரத்தில் மட்டுமே இருந்தது. அங்கு உணவருந்தியவர்களில் கிட்டத்தட்ட அனைவரும் மெக்டோனால்ட் சகோதரர்களின் ஹேம்பர்கர் களையும் பிரெஞ்ச்சு ஃப்ரைகளையும் மிகவும் விரும்பினர். ஆனால் கிளை உரிமத்திற்கு முன்பு, அது ஒரே ஒரு இடத்தில் மட்டுமே இருந்ததால், உள்ளூர் மக்களால் மட்டுமே மெக்டோனால்ட் உணவைச் சுவைக்க முடிந்தது.

கிளை உரிமம் மூலமாக, மெக்டோனால்ட்ஸால் நாட்டிலுள்ள ஒவ்வொரு நகரத்திலும் ஹேம்பர்கர் களையும் ஃப்ரைகளையும் கிடைக்கச் செய்ய முடிந்தது. இன்றைய தேதியில், 119 நாடுகளில் 30,000 மேற்பட்ட மெக்டோனால்ட்ஸ் உணவகங்கள் இருக்கின்றன;

மேலும் இரண்டு நாட்களுக்கு ஒன்று என்ற கணக்கில் ஒரு புதிய கிளை உலகில் ஏதாவது ஒரு பகுதியில் திறக்கப்பட்டுக் கொண்டிருக்கிறது.

கிளை உரிமம் குறித்து நுகர்வோர்கள் மகிழ்ச்சியாக இருக்கும்போது, கிளை உரிமையாளர்களும், அவற்றை இயக்குபவர்களும் எவ்வாறு உணர்வார்கள் என்று சற்றே எண்ணிப் பாருங்கள். அவர்கள் பேரின்பத்தில் திளைத்துக் கொண்டிருக்க வேண்டும்! சொந்தத் தொழில் புரியும் ஆயிரக் கணக்கான வியாபாரிகளுக்கு, கிளை உரிம முறை என்பது காப்பியடிக்கும் ஒருவருக்கு நனவாகக் கூடிய சாத்தியமுள்ள ஒரு கனவு என்பது வெளிப்படை!

கிளை உரிமம் எவ்வாறு செயல்படுகிறது

மக்கள் ஒரு வெற்றிகரமான வியாபாரத்தை நகலெடுப்பதன் மூலம் செல்வத்தை உருவாக்கும் முறையைக் காப்பியடிப்பதற்கு, கிளை உரிமம் என்பது நிரூபிக்கப்பட்ட ஒரு வழி. ஒரு வெற்றிகரமான கூட்டுத் தொழிலுக்குக் கிளை உரிமம் ஒரு சிறந்த எடுத்துக்காட்டு. கிளை உரிமம் வழங்குபவர் ஒரு முதலீட்டாளருக்கு நிரூபிக்கப்பட்ட, இலாபகரமான ஓர் அமைப்பை விற்பதன் மூலம் தனது பொருளை அதிகமான மக்களுக்கு எடுத்துச் செல்கிறார். முதலீட்டாளர் அல்லது கிளை உரிமையாளர், பயன்படுத்துவதற்குத் தயாரான நிலையிலுள்ள ஒரு வியாபாரத்தை வாங்குகிறார். இதன் மூலம் அவர் புதிதாய்த் துவங்கும் எந்தவொரு வியாபாரத்திலும் ஏற்படும் தவிர்க்க முடியாத, பெரும் பணச் சேதம் விளைவிக்கும் தவறுகளைத் தவிர்த்து, இடர்பாடுகளைக் கூடுமானவரை குறைத்துக் கொள்கிறார். இது கிளை உரிமம் வழங்குபவர் மற்றும் கிளை உரிமையாளர்

ஆகிய இருவருக்குமே வெற்றி கிடைப்பதற்கான ஓர் ஏற்பாடு.

கிளை உரிமம்தான் இருபதாம் நூற்றாண்டின் மாபெரும் வியாபார வெற்றிக் கதையாக இருக்கக் கூடும். 1950களின் நடுவில் மெக்டோனால்ட்ஸ் தனது முதல் உரிமக் கிளையைத் துவக்கியபோது, பல தீவிரமான முதலீட்டாளர்கள் கிளை உரிமத்தைத் தவறாகப் புரிந்து கொண்டு, அதை ஒரு மோசடி என்று கருதினார்கள். வெறும் ஐம்பது வருடங்களுக்குப் பிறகு இன்று, கிளை உரிமம் என்பது ஓர் உலகளாவிய கோட்பாடாகத் திகழ்கிறது. என்னே ஒரு விந்தை!

நெட்வொர்க் மார்க்கெட்டிங்: உச்சக்கட்டக் கூட்டியக்கம்

இக்கிரகத்திலுள்ள ஒவ்வொரு மனிதரின் உள்ளத்தையும் தொட்டு, அவர்களுடைய வாழ்வை மேம்படுத்தி வளமாக்கும் அற்புதமான, மிகவும் சக்திவாய்ந்த, செல்வத்தை உருவாக்கும் உச்சக்கட்டக் கூட்டியக்கம் ஒன்றைத் தோற்றுவிக்கும் பொறுப்பு உங்களுடையது என்று ஒரு கணம் நீங்கள் கற்பனை செய்து கொள்ளுங்கள்.

அப்படி நீங்கள் உருவாக்க இருக்கும் உங்களுடைய கூட்டியக்கம் —

எவரொருவராலும் எளிதில் நகலெடுக்கக் கூடிய வகையில் இருக்கும்.

எவரொருவரும் அதில் ஈடுபடும் வகையில் எல்லோருக்கும் மலிவாக இருக்கும்.

நேர்க்கோட்டு வளர்ச்சியில் போகாமல் பன்மடங்காக வளரும்.

உலகிலுள்ள அனைவருக்கும் கிடைக்கும்.

ஆண்கள், பெண்கள், இளைஞர்கள், முதியவர்கள், பணக்காரர்கள், ஏழைகள் என்ற பாகுபாடின்றி அனைவருடைய மனத்தையும் தொடும்.

செல்வத்தை உருவாக்குவதற்கான உச்சக்கட்டக் காப்பியடித்தல் அமைப்பாக இருக்கும்.

அப்படிப்பட்ட ஒரு கூட்டியக்கம் நடைமுறையில் இருக்கிறது என்பதைத் தெரிவிப்பதில் நான் பேருவகை அடைகிறேன். இது சொர்க்கத்தில் நிச்சயிக்கப்பட்ட ஓர் இணைப்பு. உலக வரலாற்றில், செல்வத்தை உருவாக்கும் மாபெரும் சக்தி வாய்ந்த சாதனங்களில் இரண்டின் படைபாற்றல்மிக்க இணைப்புதான் கிளை உரிமத்திற்கும் பன்மடங்கு வளர்ச்சிக்கும் இடையே ஏற்பட்ட இணைப்பு.

இதன் விளைவு, உச்சக்கட்டக் கூட்டியக்கம் என்று நான் அழைக்கும் நெட்வொர்க் மார்க்கெட்டிங். நெட்வொர்க் மார்க்கெட்டிங் என்பது தலைசிறந்த கூட்டியக்கம். அதுதான் ஐஸ்கிரீம் கூம்பு. அதுதான் போக்குவரத்து வாகனம். அதுதான் ஃபேக்ஸ் கருவி. என்னுடைய வார்த்தைகளைக் குறித்துக் கொள்ளுங்கள்: கிளை உரிமம்தான் பெரியது என்று நீங்கள் இதுவரை நினைத்திருந்தால், உங்களது எண்ணங்களை மாற்றிக் கொள்ள வேண்டியிருக்கும்!

7

நெட்வொர்க் மார்க்கெட்டிங்:
ஈடு இணையற்றக் காப்பிகேட் முறை

நான் படைப்பாளியாக இருக்கத் தேவையில்லை - நல்ல நகலெடுப்பவனாக இருந்தாலே போதுமானது என்று நான் எப்போதுமே உணர்ந்திருக்கிறேன்.

- மேக்ஸ் கூப்பர், தொழிலதிபர்

நகலெடுப்பதுதான் கிளை உரிமத்தின் வெற்றிக்கான திறவுகோல் என்று நாம் ஏற்கனவே பார்த்தோம். கூட்டு வட்டி முறை மூலம் விளையும் பன்மடங்கு வளர்ச்சியே காலங்காலமாகச் செல்வத்தை உருவாக்குவதற்கான சிறந்த வழி.

அதனால்தான் நான் நெட்வொர்க் மார்க்கெட்டிங்கை ‘உச்சக்கட்டக் கூட்டு அமைப்பு முறை’ என்று அழைக்கிறேன். இது கிளை உரிமக் கொள்கையிலுள்ள சிறந்தவற்றையும், பன்மடங்கு வளர்ச்சிக் கொள்கையிலுள்ள சிறந்தவற்றையும்

இணைக்கிறது. இது சொர்க்கத்தில் போடப்பட்ட முடிச்சு.

இவ்விரு கொள்கைகளையும் இணைத்து, நெட்வொர்க் மார்க்கெட்டிங் என்னும், செல்வத்தை உருவாக்குவதற்கான உச்சக்கட்டக் காப்பியடித்தல் அமைப்பை உருவாக்குவது எப்படி என்பதைக் கற்றுக் கொள்வதற்கு முன், இக்கொள்கைகளை மறுபரிசீலனை செய்ய நாம் சில கணங்களை எடுத்துக் கொள்ளலாம்.

பிரயோஜனமற்ற ஊழியக்காரன் - பைபிள் கதை

முன்பு சுட்டிக்காட்டியபடி, பன்மடங்கு வளர்ச்சி (இதைக் 'கூட்டு வட்டி முறை' அல்லது 'இரட்டிப்பாக்கும் திட்டம்' என்றும் அழைக்கலாம்), செல்வத்தை உருவாக்குவதற்கான கொள்கையாகக் காலங்காலமாக இருந்து வந்துள்ளது. இதனைப் பணக்காரர்கள் ஆயிரக்கணக்கான வருடங்களாகத் தங்களுக்குச் சாதகமாகப் பயன்படுத்தி வந்துள்ளனர்.

கூட்டு வட்டி முறையைப் பயன்படுத்துவதன் முக்கியத்துவம் பைபிளில்கூடக் குறிப்பிடப்பட்டுள்ளது. இதை பைபிளின் 'பிரயோஜனமற்ற ஊழியக்காரன்' என்ற உவமைக் கதையால் உணரலாம். அக்கதை பின்வருமாறு:

ஒரு பெரும் பணக்காரர் ஒரு நீண்ட வியாபாரப் பயணத்திற்காகத் தயாராகிக் கொண்டிருந்தார். அவர் தன் நம்பிக்கைகுரிய மூன்று ஊழியர்களை அழைத்து, ஒவ்வொருவரிடமும் ஒரு தொகையைக் கொடுத்துப் பத்திரமாகப் பாதுகாத்து வைக்குமாறு உத்தரவிட்டார். முதல் ஊழியன் ஐந்து தாலத்துக்களைப் பெற்றான்; இரண்டாமவன் இரண்டு தாலத்துக்களைப் பெற்றான்; மூன்றாமவன் ஒரு தாலத்தைப் பெற்றான்.

முதல் இரண்டு ஊழியர்களும் தங்களுக்குக் கொடுக்கப்பட்டப் பணத்தை முதலீடு செய்தனர். தங்களுடைய முதலாளி திரும்பி வந்தபோது, அவர்கள் தங்களுடைய அசலை இரட்டிப்பாக்கியிருந்தனர். அவர்களின் அறிவுக் கூர்மையை அவர்களுடைய முதலாளி பாராட்டினார்.

அந்த மூன்றாவது ஊழியனோ, பணத்தைத் தொலைத்து விடுவோம் என்ற பயத்தில் அதை நிலத்தில் புதைத்து வைத்து விட்டான். அவன் அந்த ஒற்றைத் தாலத்தைத் தன் முதலாளி வந்ததும் அவரிடம் திருப்பிக் கொடுத்தான்; அதற்கு மேல் ஒன்றும் கொடுக்கவில்லை. பணத்தை வங்கியில் முதலீடு செய்யாததற்காக முதலாளி அவ்வூழியனைக் கடிந்து கொண்டார்; மேலும் கோபத்தோடு அக்கணமே அவனை வேலையிலிருந்து நீக்கி விட்டார்.

உங்களுடைய பணத்தை உங்களுக்காக வேலை செய்ய வைத்தல்

விவேகமான, ஆக்கப்பூர்வமான முடிவுகளை எடுப்பதன் முக்கியத்துவத்தை இந்த உவமைக் கதை நமக்குச் சுட்டிக் காட்டுகிறது; அவை பொருளாதார முடிவுகளாக இருந்தாலும் சரி, ஆன்மீக முடிவுகளாக இருந்தாலும் சரி. சந்தர்ப்பங்கள், பணம், அல்லது திறமைகள் கிடைக்கப் பெற்றிருந்தால் மட்டும் போதாது. நீங்கள் அவற்றைக் கொண்டு என்ன செய்யப் போகிறீர்கள் என்பதுதான் முக்கியம். அவற்றை நீங்கள் குழி தோண்டிப் புதைக்கப் போகிறீர்களா அல்லது அவை பெருகி வளர அவற்றை விவேகத்துடன் முதலீடு செய்யப் போகிறீர்களா?

பன்மடங்கு வளர்ச்சியின் சக்தி வெளிப் படையானது. நீங்கள் உங்களுடைய பணத்தை

உங்களுக்காக வேலை செய்ய வைக்கலாம். அதனை இரண்டு மடங்காக, பின்னர் நான்கு மடங்காக, அதன் பின் எட்டு மடங்காக, என்று மீண்டும் மீண்டும் முதலீடு செய்து பன்மடங்காக்கலாம். கூட்டு வட்டி முறை மூலம் உங்கள் பணம் நீங்கள் உறங்கிக் கொண்டிருக்கும் போதும் உங்களுக்காக வேலை செய்யும்! ஐன்ஸ்டீன் கூட்டு வட்டி முறையை 'உலகின் எட்டாவது அதிசயம்' என்று கூறியபோது, தான் எதைப் பற்றிப் பேசுகிறோம் என்று தெரிந்துதான் கூறினார்.

நேரம் ஒரு பிரச்சனை

இதில் ஒரு சிக்கல் இருக்கிறது. இல்லை என்றால், இந்நேரம் உலகில் உள்ள அனைவரும் செல்வத்தை உருவாக்கும் பன்மடங்கு அமைப்பைக் காப்பியடித்து, செல்வந்தர்களாகி இருப்பார்கள் இல்லையா? நமது பாரம்பரியக் கூட்டு வட்டி முறைக்கு இரு பெரும் சவால்கள் உள்ளன. நம்மில் பலருக்கு அது மாபெரும் சவால்கள்.

முதலில், பணத்தை முதலீடு செய்வதற்கு, நம்முடைய மாதாந்திரச் செலவுக்குப் போக நம்மிடம் பணம் எஞ்சியிருக்க வேண்டும். துரதிர்ஷ்டவசமாக, இந்நிலை பரவலாகக் காணப்படுவதில்லை. ஒரு நகைச்சுவையாளர் குறிப்பிட்டது போல, "நம்மில் பலரிடம் மாதக்கடைசியில் ஏராளமான பணம் இருப்பதற்குப் பதிலாக, பணத்தின் கடைசியில் ஏராளமான மாதங்கள் இருக்கின்றன!" அதிர்ஷ்டமிருந்தால் ஒரு சராசரி மனிதரால் 100 டாலர்களைச் சேமிக்க முடியும் ஒரு வருடத்திற்கு 1,200 டாலர்கள் என்பது அவ்வளவு பெரிய சேமிப்பும் அல்ல.

இரண்டாவதாக, கூட்டு வட்டி முறை மூலம் பணத்தைப் பெருக்குவதற்கு அதிகக் காலம் பிடிக்கும்.

பங்குச் சந்தையில் வருடத்திற்குப் பத்து சதவீதம் கிடைக்கப் பெறுமானால், 1,000 டாலர்கள் இரட்டிப்பாகி 2,000 டாலர்களாக ஆவதற்கு ஏழு வருடங்களுக்கு மேல் ஆகும். உங்களிடம் சில நூறு டாலர்கள் அல்லது சில ஆயிரம் டாலர்கள் மட்டுமே இருக்கும்போது, இந்த இரட்டிப்பாக்கும் கொள்கை அவ்வளவு கவர்ச்சிகரமாகத் தோன்றுவதில்லை.

வெளிப்படையாகக் கூறுவதானால், பெரும்பாலான மக்கள் வாழ்க்கையை ஓட்டுவதிலேயே மிகவும் சுறுசுறுப்பாக இருப்பதால், அவர்கள் கூட்டு வட்டி முறை மூலம் செல்வந்தர்களாக முடிவதில்லை. ஆனால், வருடக்கணக்கில் காத்திருக்க வேண்டிய அவசியமின்றி, மிகச் சில மாதங்கள் அல்லது மிகச் சில வருடங்களிலேயே பன்மடங்கில் செல்வத்தை உருவாக்கி, பொருளாதாரச் சுதந்திரத்தை அனுபவிக்கும் ஆற்றலை அளிக்கும் கிளை உரிம முறை போன்ற ஓர் அமைப்பு இன்று உள்ளது. அதுதான் நெட்வொர்க் மார்க்கெட்டிங்.

அமைப்பே விடை

நெட்வொர்க் மார்க்கெட்டிங் எளிதில் நகலெடுக்கக் கூடியதாக இருப்பதால், இதுவே செல்வத்தை உருவாக்குவதற்கான உச்சக்கட்டக் காப்பியடித்தல் அமைப்பு. இது எல்லோருக்கும் சாத்தியப்படக் கூடிய, கிளை உரிமம் போன்ற கொள்கை. இதில் இடர்பாடுகளோ ஆபத்துக்களோ கிடையாது. நெட்வொர்க் மார்க்கெட்டிங்கில் வெற்றி பெற, நீங்கள் டைகர் உட்ஸ் அல்லது ஏஞ்சலீனா ஜோலியைப் போன்ற நட்சத்திரத் திறமை கொண்டவர்களாகவோ, பில் கேட்ஸ் அல்லது ஆல்பர்ட் ஐன்ஸ்டீன் போன்ற பிறவி

மேதைகளாகவோ இருக்க வேண்டிய தேவையில்லை.

கேளிக்கைத் துறையைப் போல் இல்லாமல், நெட்வொர்க் மார்க்கெட்டிங் ஒரு நட்சத்திரத்தைச் சுற்றி உருவாக்கப்படுவதல்ல. நிரூபிக்கப்பட்ட ஓர் அமைப்பைக் காப்பியடித்து அசாத்தியமான விளைவுகளை ஏற்படுத்தி, அதனை மற்றவர்களுக்கும் கற்றுக் கொடுக்கும் சாராசரி மக்களைச் சுற்றித்தான் அது உருவாக்கப்படுகிறது. (நெட்வொர்க் மார்க்கெட்டிங், 'சாராசரி மக்கள் சராசரிக்கும் மேலான வருவாயை ஈட்டும் முறை' என்று அழைக்கப்படுகிறது.)

ஆனால், பல நூறாயிரம் டாலர்கள் செலவு செய்து ஓர் உரிமக் கிளையைத் தொடங்குவதற்குப் பதிலாக, நூற்றுக்கணக்கான டாலர்கள் மட்டுமே முதலீடு செய்து நீங்கள் உங்களுடைய நெட்வொர்க் மார்க்கெட்டிங் உரிமக் கிளையைத் துவங்கலாம். அதனால்தான், சில வல்லுனர்கள் நெட்வொர்க் மார்க்கெட்டிங் முறையை 'மக்களின் உரிமக் கிளை' என்று அழைக்கின்றனர்; நான் 'மாற்று உரிமக் கிளை' என்று அழைக்க விரும்புகிறேன்.

சரியான திட்டத்தைக் காப்பியடித்தல்

ஒரு பெரிய, இலாபகரமான உரிமக் கிளையை உருவாக்குவதற்கும், ஒரு பெரிய, இலாபகரமான நெட்வொர்க் மார்க்கெட்டிங் விநியோகத் திட்டத்தை உருவாக்குவதற்குமான திறவுகோல் ஒன்றுதான். கடவுளால் உங்களுக்குக் கொடுக்கப்பட்டுள்ள காப்பியடித்தல் திறமையை நீங்கள் முழுமையாகப் பயன்படுத்திக் கொள்ள வேண்டும். இத்திறமை உங்களிடம் ஏற்கனவே உள்ளது என்பதை நாம் ஒப்புக் கொண்டுள்ளோம். இதிலுள்ள ஒரே வித்தியாசம், தற்காலிக வருவாயை மட்டுமே ஈட்டித் தரும் ஒரு

வேலைக்கான வழியைக் காப்பியடிப்பதற்கு மாறாக, உண்மையான செல்வத்தை உருவாக்கும் உரிமக் கிளைத்திட்டம் போன்ற ஒன்றை நீங்கள் காப்பியடிப்பீர்கள்.

உங்கள் பணத்தை ஓர் உரிமக் கிளையில் முதலீடு செய்யும்போதும் சரி, உங்களது நேரத்தை ஒரு நெட்வொர்க் மார்க்கெட்டிங் வியாபாரத்தில் முதலீடு செய்யும்போதும் சரி நீங்கள் உண்மையிலேயே முதலீடு செய்வது அவற்றின் அமைப்பில்தான். மெக்டோனால்ட்ஸ் போன்ற பல கோடி டாலர்கள் மதிப்புள்ள ஒரு தொழிலைப் பூஜ்ஜியதிலிருந்து உருவாக்க முயற்சிப்பதற்குப் பதிலாக, அதன் வெற்றிக்கான வரைபடத்தைப் பின்பற்றி நடப்பது அறிவுப்பூர்வமான செயலல்லவா?

எல்லாவற்றுக்கும் மேலாக, மெக்டோனால்ட்ஸ் நிறுவனம் தன்னுடைய கிளை உரிமையாளர்களுக்கு வழங்குவது எந்தவிதமான தவறுகளுக்கும் வாய்ப்பிலாத ஓர் அமைப்பு. ஹேம்பர்கர் பல்கலைக்கழகம் என்று அழைக்கப்படும், மெக்டோனால்ட்ஸின் நவீனப் பயிற்சி மையத்தைப் பார்த்து மக்கள் சிரிக்கக்கூடும். ஆனால் மெக்டோனால்ட்ஸின் தலைமையகத்தில், பயிற்சியும் கல்வியும் மிகவும் தலையாய விஷயங்களாகக் கருதப்படுகின்றன!

மெக்டோனால்ட்ஸின் கிளை உரிமத்தைப் பெறுவதற்கு நீங்கள் ஹேம்பர்கர் பல்கலைக்கழகத்தில் சேர்ந்து, கிட்டத்தட்ட ஐம்பது ஆண்டுகளாகத் திறம்பட வேலை செய்து கொண்டிருக்கும், சந்தேகத்திற்கு இடமில்லாமல் நிரூபிக்கப்பட்ட அதன் திட்டத்தைக் காப்பியடிக்கக் கற்றுக் கொள்ள வேண்டும். அதைக் காப்பியடிக்க உங்களுக்கு விருப்பமில்லை

என்றால், உங்களுக்குக் கிளை உரிமம் கிடைக்காது. அவ்வளவுதான்! தங்களுடைய எந்தவோர் உரிமக் கிளையும் தோற்றுவிடக் கூடாது என்பதில் மெக்டோனால்ட்ஸ் நிறுவனத்தினர் மிகவும் தெளிவாக இருக்கின்றனர்!

கிளை உரிமம் ஒரு வெற்றிக் கொள்கை

1980 களிலும் '90களிலும் உலகத்தை மிகவும் கவர்ந்திழுத்த ஒரு வியாபாரக் கொள்கை கிளை உரிமக் கொள்கை என்று பொதுவாகக் கூறலாம். அது இன்றும் மாபெரும் வளர்ச்சியில் திளைத்துக் கொண்டிருக்கிறது. 2008ல் உலகளவிலுள்ள 750,000 உரிமக் கிளைகள் அனைத்தும் சேர்ந்து ஒரு லட்சம் கோடி டாலர்களுக்கு விற்பனை செய்தன என்று ஆந்த்ரப்ரெனூர் பத்திரிகை கூறுகிறது. நான் சரியாகத்தான் கூறுகிறேன். ஒரு இலட்சம் கோடி டாலர்கள்!

கிளை உரிம முறை அறுபது ஆண்டுகளுக்கு முன்பு மோசடி என்று கருதப்பட்டது என்பதைக் கணக்கில் எடுத்துக் கொள்ளும்போது, அத்தொழிற் துறையின் இன்றைய நிலை பிரமிக்க வைக்கும் ஒன்றுதான்.

நெட்வொர்க் மார்க்கெட்டிங்கும் கிளை உரிம முறையும் - ஓர் ஒப்பீடு

நெட்வொர்க் மார்க்கெட்டிங் நிறுவனங்களின் செயல்பாடுகள் வெற்றிகரமான உரிமக் கிளைகளின் செயல்பாடுகளை ஒத்திருக்கும். நெட்வொர்க்கிங் நிறுவனம் தன்னுடைய 'கிளை'களுக்கு (விநியோகஸ்தர்கள் எனப் பரவலாக அறியப்படுபவர்கள்) தரமான பொருட்களையும், செயல்படுத்துவதற்குத்

துயாரான ஓர் அமைப்பையும் வழங்கி அவற்றுக்குத் துணை நிற்கின்றது. கூடவே, துண்டு வெளியீடுகள், விளம்பரச் சிற்றேடுகள், ஒலி/ஒளி நாடாக்கள் போன்ற முழுமையாகப் பரிசோதிக்கப்பட்ட மார்க்கெட்டிங் மற்றும் பயிற்சிக்கான உபகரணக்களையும் வழங்கி உதவி செய்கிறது.

நெட்வொர்க் மார்க்கெட்டிங் மற்றும் கிளை உரிம முறை ஆகியவற்றைப் பொருத்தவரை, அவற்றின் அமைப்புதான் மிகவும் முக்கியமானது. உங்களுடைய வெற்றி, உங்களுடைய நகலெடுக்கும் திறமையைச் சார்ந்தது; புதுமையைப் புகுத்தும் திறமையைச் சார்ந்ததல்ல! ஏற்கனவே உள்ள ஓர் அமைப்பை எவ்வளவுக்கு எவ்வளவு சிறப்பாகக் காப்பி அடிக்கிறீர்களோ, அவ்வளவுக்கு அவ்வளவு அதிகமான வெற்றிகளைக் குவிப்பீர்கள்.

நீங்கள் எப்போது நெட்வொர்க் மார்க்கெட்டிங் நிறுவனத்தில் சேரப் போகிறீர்கள் என்பது ஒரு பொருட்டே அல்ல; நீங்கள் எப்போது சேர்ந்தாலும், நீங்கள்தான் உங்கள் சொந்த நிறுவனத்தின் தலைவர்; உங்களுடைய ஒவ்வொரு விநியோகஸ்தரும் அவரவருடைய நிறுவனத்தின் தலைவர் ஆவார். இது உண்மையிலேயே தலைமைச் செயற்குழு அதிகாரிகளின் ஓர் பிணைப்பமைப்பு.

கிளை உரிமத்துடன் ஒப்பிடும்போது நெட்வொர்க்கின் அனுகூலங்கள்

கிளை உரிமம், நெட்வொர்க்கிங் ஆகிய இரண்டுமே காப்பியடித்தல் அமைப்புக்களாக இருந்தாலும், நெட்வொர்க்கிங் முறையானது கிளை உரிம முறையைக் காட்டிலும் பல முக்கியமான

அனுகூலங்களை உள்ளடக்கியுள்ளது. நிரூபிக்கப்பட்ட இவ்விரு காப்பியடித்தல் அமைப்புக்களை ஒப்பிடும் இந்த அட்டவணையைப் பாருங்கள்:

கிளை உரிம முறை	**நெட்வொர்க் மார்க்கெட்டிங்**
துவக்கச்செலவு $ 100,000 ←→	துவக்கச்செலவு $ 500
நேர்கோட்டு வளர்ச்சி ←→	பன்மடங்கு வளர்ச்சி
கிளை உரிமக் கட்டணம் 3% - முதல் 10% நீங்கள் செலுத்த வேண்டும் ←→	3 முதல் 28 சதவீதம் வரை நிறுவனம் உங்களுக்கு வழங்கும்
வேலைக்கு ஆட்கள் எடுக்கும்/நீக்கும் பொறுப்பு ←→	வேலையாட்கள் தேவையில்லை
வளர வளர நிர்வாகச்செலவு அதிகரிப்பு ←→	வீட்டிலிருந்தபடியே வியாபாரம் செய்ய முடிவதால், நிர்வாகச் செலவு இல்லை
கடை நேரம்தான் உங்களது நேரமும் ←→	உங்களுடைய வேலை நேரம் உங்கள் கரங்களில்
வரையறுக்கப்பட்ட எல்லை ←→	தேசிய மற்றும் உலகளாவிய எல்லை
மற்றொருவரின் கனவைக் கட்டி எழுப்புதல் ←→	உங்களுடைய கனவு நனவாகும் சாத்தியம்

நெட்வொர்க் மார்க்கெட்டிங், கிளை உரிம முறையிலுள்ள சிறந்ததை மட்டும் எடுத்துக் கொண்டு மற்றவற்றை விட்டுவிடுகிறது என்பதை நீங்கள் காணலாம். இதன் விளைவாக, நெட்வொர்க் மார்க்கெட்டிங், காப்பியடித்தல் மார்க்கெட்டிங்கை

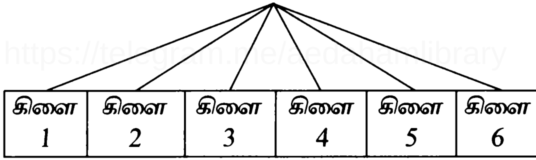
முற்றிலும் புதிய நிலைக்கு எடுத்துச் செல்கிறது. இதன் காரணமாகவே சில வல்லுனர்கள் நெட்வொர்க் மார்க்கெட்டிங்கை 'சுயதொழில் பரிணாம வளர்ச்சியின் அடுத்தக் கட்டம்' என்று அழைக்கின்றனர்.

பன்மடங்கு வளர்ச்சி கொண்ட கிளை உரிம முறை

உங்களுடைய நெட்வொர்க்கில் உள்ள ஒவ்வொரு விநியோகஸ்தரும் தங்களுடைய பொருட்களைப் பிற விநியோகஸ்தர்களுக்கு விநியோகித்து, தங்களுக்கென ஒரு விநியோகஸ்தர்களின் பிணைப்மைப்பை உருவாக்கிக் கொண்டு, தங்களுடைய வியாபாரத்தைச் சொந்தமாக நடத்துகின்றனர். ஆனால், ஒரு நெட்வொர்க் மார்கெட்டியர் என்ற முறையில் நீங்கள் ஒரு கிளை உரிமையாளரைப் போல நடந்து கொள்ள வேண்டிய அவசியம் இல்லை. பிறரை உங்கள் வியாபாரத்தில் ஈடுபடுத்தி, செல்வத்தை உருவாக்குவதற்கான நிரூபிக்கப்பட்ட அமைப்பைக் காப்பியடிக்க அவர்களுக்குக் கற்றுக் கொடுப்பதன் மூலம், நீங்கள் ஒரு கிளை உரிமம் வழங்குபவரைப் போல நடந்து கொள்ளலாம்.

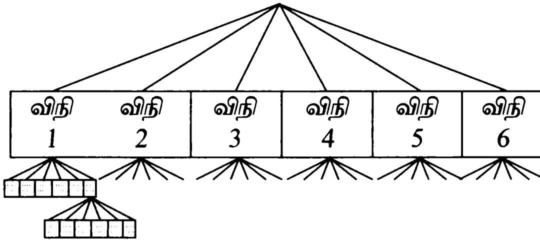
வேறு விதமாகக் கூறினால், கிளை உரிமையாளர்கள், அவர்கள் எத்தனைக் கிளைகளை வைத்திருந்தாலும் சரி, நேர்க்கொட்டு வளர்ச்சியில் கட்டுண்டு கிடப்பார்கள். ஓரிரு கற்பனைச் சூழல்கள் மூலம் நான் இதனை உங்களுக்கு விளக்குகிறேன்.

முதல் சூழலில், நீங்கள் ஆறு உரிமக் கிளைகளுக்குச் சொந்தக்காரர் என்று வைத்துக் கொள்வோம். உங்களுடைய கிளை உரிம முறையிலான வியாபாரத்தின் நேர்க்கோட்டு வளர்ச்சியைக் குறிக்கும் வரைபடம் கீழே கொடுக்கப்பட்டுள்ளது:



(நேர்க்கோட்டில் வளர்கிறது)

நீங்கள் கூடுதலாக இன்னும் எத்தனைக் கிளைகளைச் சொந்தமாக்கிக் கொண்டாலும், வளர்ச்சி மட்டும் நேர்க்கோட்டில் தான் இருக்கும். அதாவது, உங்கள் ஆறு கிளைகளிலிருந்து கிடைக்கும் மொத்த இலாபத்திற்கு மேல் உங்களால் ஒன்றும் சம்பாதிக்க முடியாது என்பதே இதன் பொருள்.



(பன்மடங்காக வளர்கிறது)

இரண்டாவது சூழலில், வளர்ந்து வரும், சுதந்திரமாகச் செயல்படும் விநியோகஸ்தர்களின் ஒரு பிணைப்பமைப்பிற்கு நீங்கள் தலைமை வகிப்பதாக வைத்துக் கொள்வோம். காலப்போக்கில், நீங்கள் ஆறு விநியோகஸ்தர்களை உங்கள் தொழிலில் ஈடுபடுத்தி, உங்களைப் பார்த்துக் காப்பியடிக்கவும் அவர்களுக்குக்

கற்றுக் கொடுப்பதன் மூலம் உங்களையே நீங்கள் நகலெடுத்துக் கொள்கிறீர்கள். அந்த ஆறு விநியோகஸ்தர்களில் ஒவ்வொருவரும் நெட்வொர்க் மார்க்கெட்டிங் அமைப்பைக் காப்பியடித்து, மேலும் ஆறு விநியோகஸ்தர்களை அதில் ஈடுபடுத்துகின்றனர். இது இவ்வாறு தொடர்ந்து கொண்டே செல்கிறது. உங்களுடைய நெட்வொர்க்கிங் வியாபாரத்தின் பன்மடங்கு வளர்ச்சியைக் குறிக்கும் வரைபடம் கீழே கொடுக்கப்பட்டுள்ளது:

இங்கு நீங்கள் முதலில், ஆறு விநியோகஸ்தர்களை ஈடுபடுத்தி, உங்களுடைய நிறுவனத்தின் செயல்பாடுகள் முழுவதையும் காப்பியடிக்கக் கற்றுக் கொடுப்பதன் மூலம், காலப்போக்கில் நூற்றுக்கணக்கான மாற்று உரிமக் கிளைகளை (வெறும் ஆறு பாரம்பரியக் கிளைகளுக்கு மாறாக) உருவாக்கி உங்கள் வியாபாரத்தைப் பன்மடங்காக்க முடியும் என்பதைக் காணலாம்.

பன்மடங்கு வளர்ச்சியின் இரட்டிப்பாக்கும் கொள்கை இதனோடு சேர்ந்து கொள்ளும்போது, பூதாகார வளர்ச்சி ஏற்படுகிறது. பன்மடங்கு வளர்ச்சியின் ஆற்றலால், சில நெட்வொர்க் மார்க்கெட்டியர்கள் ஆயிரத்திற்கும் மேற்பட்ட விநியோகஸ்தர்களை, ஏன், நூறாயிரத்திற்கும் மேற்பட்ட விநியோகஸ்தர்களைக் கொண்ட நிறுவனங்களை நிர்வகித்துக் கொண்டிருக்கின்றனர்.

உங்கள் முதல் நிலை விநியோகஸ்தர்கள், பின் அவர்களின் விநியோகஸ்தர்களான உங்களின் இரண்டாம் நிலை விநியோகஸ்தர்கள், பின் அவர்களின் விநியோகஸ்தர்களான உங்களின் மூன்றாம் நிலை விநியோகஸ்தர்கள் என்று இந்த அமைப்பின்

கடைசி நிலையிலுள்ள விநியோகஸ்தர்கள் வரை எல்லோரும் விற்கும் ஒட்டுமொத்தப் பொருட்களின் விற்பனைக்கான கமிஷனில் ஒரு பகுதி உங்களுக்குக் கிடைப்பதாகக் கற்பனை செய்யுங்கள். சில நெட்வொர்க் மார்க்கெட்டியர்கள் பணக்காரர்கள் மற்றும் பிரபலமானவர்களின் வாழ்க்கை முறையை அனுபவிப்பதில் வியப்பேதுமில்லை.

பரிந்துரை செய்வதற்குப் பணம்

மிகச் சிறந்த விளம்பரம் வாய்வழி/ செவிவழி விளம்பரமென்பது நாம் எல்லோரும் அறிந்ததுதானே? இது நாம் எப்போதும் செய்யக்கூடிய ஒன்று. ஃபாரெஸ்ட் கம்ப் போன்ற சிறந்த திரைப்படத்தைப் நாம் பார்க்கும்போது, அதை நம்முடைய நண்பர்களுக்குப் பரிந்துரை செய்கிறோம். ஆனால் நமது நண்பர்கள் அத்திரைப்படத்தைக் காணச் சென்றால், நீங்கள் பரிந்துரைத்ததற்காக உங்களுக்கு யாராவது பணம் கொடுக்கிறார்களா? நிச்சயமாக இல்லை!

ஒரு சிறந்த உணவகத்தைப் பரிந்துரை செய்வதற்கும் இது பொருந்தும். நாம் ஒரு நல்ல உணவகத்தில் உணவருந்தினால், நமது நண்பர்களிடத்திலும் குடும்பத்தாரிடத்திலும் அதைப் பற்றிக் கூறுகிறோம். ஆனால், நமது பரிந்துரையின் பேரில் நமது நண்பர்கள் அங்கு சென்று உணவருந்தினால், அதன் உரிமையாளர் நமக்குக் கமிஷன் ஏதும் தருகிறாரா? இல்லவே இல்லை!

ஆனால் நெட்வொர்க் மார்க்கெட்டிங்கில் நீங்கள் உபயோகிக்கும் பொருட்களுக்கும், நீங்கள் பரிந்துரை செய்யும் பொருட்களுக்கும் சேவைகளுக்கு மான கமிஷன் உங்களுக்குத் தரப்படுகிறது. இது உனக்கும் வெற்றி, எனக்கும் வெற்றி என்ற ஒரு நிலை.

இதுவே உலகின் ஆற்றல் மிக்க, ஒழுங்கு வாய்ந்த ஒரு மார்க்கெட்டிங் முறை.

நெட்வொர்க் மார்க்கெட்டிங் எவ்வாறு செயல்படுகிறது?

மெக்டோனால்ட்ஸ், துவக்கத்திலேயே உலகெங்கிலும் 20,000க்கும் மேற்பட்ட உணவகங் களோடு துவங்கவில்லை என்பது உங்களுக்குத் தெரியும். அவர்கள் ஒரே ஒரு உணவகத்திலிருந்துதான் துவக்கினர். பின்னர் அதே போன்ற மற்றுமோர் உணவகத்தைத் திறந்தனர். இப்படித்தான் நெட்வொர்க் மார்க்கெட்டிங் மூலம் நீங்கள் பன்மடங்கு வளர்ச்சியை உருவாக்கலாம். நீங்கள் மற்றும் இன்னும் ஒருவர் என்று இரண்டு பேரை மட்டுமே வைத்து இதைத் தொடங்கலாம்.

உங்களால் மாதத்திற்கு ஒரே ஒரு மனிதரைத் தேடிக் கண்டுபிடித்து அவர்களை உங்களுடைய வியாபாரத்தில் ஈடுபடுத்த முடியுமா? அதிக சுதந்திரத்திலும், அங்கீகாரத்திலும், மகிழ்ச்சியிலும், பாதுகாப்பிலும் மிகுந்த ஆர்வம் கொண்டுள்ள ஒரே ஒரு பங்குதாரரை, தன்னுடைய வாழ்க்கையையும் தன் குடும்பத்தாருடைய வாழ்க்கையையும் மேம்படுத்துவதில் ஆர்வமாக இருக்கும் ஒரே ஒரு பங்குதாரரை உங்களால் கண்டுபிடிக்க இயலுமா?

மாதத்திற்கு ஒரே ஒரு நல்ல மனிதர் மட்டும்தான் இதற்குத் தேவை!

மாதத்திற்கு ஒரு மனிதர் என்பது 4,096 ஆக வளர்வது எவ்வாறு

ஒரு முறை ஒருவரை உங்கள் நெட்வொர்க் அமைப்பில் ஈடுபடுத்தி விட்டால், நீங்கள் அவருடைய

பயிற்சியாளராக ஆகி விடுகிறீர்கள். நீங்கள் உங்களது முயற்சிகள் அனைத்தையும் உங்களுடைய நிறுவனத்தின் பொருட்களை விற்பதில் ஒருமுகப்படுத்தத் தேவையில்லை. உங்களுடைய புதிய நபருக்கு அந்த அமைப்பைத் திறம்படக் காப்பியடிக்கக் கற்றுக் கொடுக்க வேண்டும்.

இப்பொழுது, இரண்டாம் மாதத்தில், உங்களுடைய விற்பனையில் கவனம் செலுத்துவதோடு, நீங்கள் அறிமுகப்படுத்திய முதலாம் நபருக்குக் காப்பியடிக்க கற்றுக் கொடுக்கும் அதே நேரத்தில், நீங்கள் இன்னொரு புதிய நபரையும் கண்டுபிடித்து இதில் ஈடுபடுத்துவீர்கள். ஆக, இரண்டாம் மாத இறுதியில், நீங்கள் தனிப்பட்ட முறையில் இரு நபர்களை ஈடுபடுத்தி இருப்பீர்கள்; உங்களுடைய முதல் நபரும் ஒருவரை ஈடுபடுத்தியிருப்பார். இப்பொழுது உங்களிடம் நான்கு பேர் அடங்கிய குழு ஒன்று உள்ளது. நீங்கள் மற்றும் இன்னும் மூவர், சரி தானே?

பிறகு, நீங்கள் உங்களை இந்த நெட்வொர்க் மார்க்கெட்டிங்கில் ஈடுபடுத்தியவரின் வெற்றித் திட்டத்தைத் தனிப்பட்ட முறையில் காப்பி அடிப்பதோடு, உங்களுடைய புதிய பங்குதாரர்களுக்கும் உங்களைப் பார்த்துக் காப்பியடிக்கக் கற்றுக் கொடுப்பீர்கள். இது மாதா மாதம் தொடரும்போது, ஓராண்டின் இறுதியில், நீங்கள் தனிப்பட்ட முறையில், மாதத்திற்கு ஒருவர் என்ற கணக்கில் 12 பேரை இதில் ஈடுபடுத்தியிருப்பீர்கள். அவர்கள் ஒவ்வொருவரும் ஒவ்வொரு மாதமும் ஒருவரை ஈடுபடுத்தியிருப்பர். இது இப்படித் தொடர்ந்து கொண்டேயிருக்கும்.

இப்பொழுது, ஓராண்டின் இறுதியில், உரிமக் கிளைத் திட்டத்தோடு இணைந்த இந்த நெட்வொர்க்

மார்க்கெட்டிங்கின் அளப்பரிய ஆற்றல் உங்கள் வியாபாரத்தை எப்படிப் பல்கிப் பெருகச் செய்துள்ளது என்பதைப் பார்க்கலாம்.

மாதத்திற்கு ஒருவரை ஈடுபடுத்தி, அவர்கள் ஒவ்வொருவரையும் உங்களுடைய முயற்சிகளைக் காப்பியடிக்கச் செய்து, அவர்கள் ஒவ்வொருவரும் மாதத்திற்கு ஒருவரை அறிமுகப்படுத்தச் செய்வதன் மூலம், 12 மாதங்களின் இறுதியில், உங்களுடைய நிறுவனம் மாற்று உரிமைக் கிளைகள் என்ற வடிவத்தில் 4,096 சுதந்திரமாகச் செயல்படும் வியாபாரங்களைக் கொண்டிருக்கும்!

உங்களைக் குதூகலமடையச் செய்யப் போகும் விஷயம் இது. உங்களுடைய நிறுவனத்தின் விற்பனையில் ஒரு குறிப்பிட்ட சதவீதத்தைக் கமிஷனாக நெட்வொர்க் மார்க்கெட்டிங் நிறுவனம் உங்களுக்குக் கொடுக்கிறது. ஒருவேளை நெட்வொர்க் மார்க்கெட்டிங் நிறுவனம் உங்களுக்கு 3 சதவீதம் முதல் 28 சதவீதம் வரை மட்டுமே விற்பனைக் கமிஷனாகக் கொடுத்தால், நீங்கள் ஒரு மாதத்தில் குறைந்தபட்சம் 12,000 டாலர்கள் முதல் 20,000 டாலர்கள் வரை சம்பாதிக்கலாம்.

நண்பரே, செல்வத்திற்கான வழியைக் காப்பியடிப்பது இப்படித்தான்!

நெட்வொர்க் மார்க்கெட்டிங் பற்றிய மறுக்க முடியாத உண்மைகள்

நாம் நெட்வொர்க் மார்க்கெட்டிங் பின்னாலுள்ள கொள்கையைப் பற்றி அதிகமாகப் பேசியுள்ளோம். இப்பொழுது இந்த ஆற்றல்மிகு தொழிற்துறையைப் பற்றிய சில உண்மைத்

தகவல்களைப் பார்க்கலாம். முதலாவதாக, கிளை உரிமத்தைப் போன்று நெட்வொர்க் மார்க்கெட்டிங்கும் அறுபது ஆண்டுகள் பழமையான ஒரு தொழிற்துறை. இது உற்பத்தியாளரிடமிருந்து நுகர்வோருக்குப் பொருட்களையும் சேவைகளையும் விநியோகம் செய்யும் ஆற்றல் மிக்க, திறன் வாய்ந்த ஒரு முறை.

இன்று 125 நாடுகளில் நெட்வொர்க் மார்க்கெட்டிங் என்பது வியாபாரம் செய்வதற்கான சட்டப்பூர்வமான முறையாக இயங்கி வருகிறது. மேலும் உலகளாவிய அளவில் கிட்டத்தட்ட 6 கோடியே 76 இலட்சம் மக்கள் பிறரைச் சாராமல், சொந்தமாக ஒரு நெட்வொர்க்கிங் நிறுவனத்தை நடத்தி வரும் தற்சார்பு விநியோகஸ்தர்களாக உள்ளனர். பல்லாயிரம் கோடிகளுக்கு அதிபதியான முதலீட்டாளர் வாரன் பஃபே ஒரு நெட்வொர்க் மார்க்கெட்டிங் நிறுவனத்தை வாங்கியதன் மூலம் இத்துறையில் அடியெடுத்து வைத்துள்ளார்.

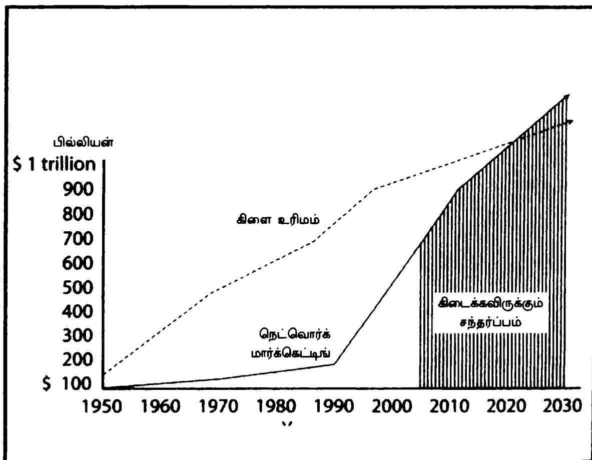
நெட்வொர்க் மார்க்கெட்டிங் என்பது வெறும் கோட்பாடல்ல என்பது வெளிப்படை. இது இனிமேலும் விவாதிப்பதற்கான விஷயமல்ல. கிளை உரிமம் ஐம்பது ஆண்டுகளுக்கு முன்னர் இருந்த இடத்தில் இப்போது நெட்வொர்க் மார்க்கெட்டிங் உள்ளது. இது பன்மடங்காக வளர்ந்து வரும் ‘மக்களின் கிளை உரிமக் கொள்கை.’ இப்போதுதான் இது உச்சக்கட்ட வளர்ச்சிக் கட்டத்தில் அடியெடுத்து வைத்துக் கொண்டிருக்கிறது!

படுபயங்கர வளர்ச்சி

கடந்த சில வருடங்களில் இத்துறை அபாரமான வளர்ச்சியை அனுபவித்து வந்துள்ளது.

1990களின் துவக்கத்தில் நான் இத்துறையைப் பற்றி எழுத ஆரம்பித்திருந்த நேரத்தில், அதன் வருடாந்திர வியாபாரம் 2000 கோடி டாலர்களாக இருந்தது. அதிலிருந்து அது வருடத்திற்குப் பத்து சதவீத வளர்ச்சியடைந்து, 2009ல் உலகளாவிய விற்பனையில் 10,000 கோடி டாலர்களை எட்டியது. மேலும், இதில் மிகச் சிறந்த செய்தி என்னவென்றால், இத்துறை எதிர்காலத்தில் இன்னும் பெரிய வளர்ச்சியைச் சந்திக்கும் என்பதுதான். கீழ்க்கண்ட வரைபடம் இதனை விளக்கும்:

நெட்வொர்க் மார்க்கெட்டிங் வளர்ச்சி வரைபடம்



இந்த வளர்ச்சி வரைபடம் தெளிவாகக் காட்டுவதுபோல், நாம் இப்பொழுதுதான் நெட்வொர்க் மார்க்கெட்டிங்கின் பொற்காலத்தில் அடியெடுத்து வைக்கத் துவங்கியுள்ளோம். அதாவது, சிறந்தது இனிமேல்தான் வர உள்ளது! இப்படி நான்

கணிப்பதற்குக் காரணம் நெட்வொர்க் மார்க்கெட்டிங்கின் பன்மடங்கு அனுகூலம்தான். இத்துறை அடுத்துப் பத்து ஆண்டுகளில் கிளை உரிம விற்பனையை மிஞ்சக் கூடிய நிலையில் உள்ளது.

இது ஒரு மாபெரும் போக்கு என்பதையும்விட மேலானது. இது உலகளாவிய ஓர் இயக்கம்! நான் இதனை ணி^{2} இயக்கம் என்று அழைக்கிறேன். ணி^{2} என்பதன் பொருள் 'பன்மடங்குத் தொழில்முனைவர்' என்பதாகும். உலகத்தில் பெரும் தாக்கத்தை ஏற்படுத்திக் கொண்டிருக்கும், பெருகி வரும் வீடு சார்ந்த தொழில்முனைவு முறையைத் தனக்கு அனுகூலமாக்கிக் கொள்வதற்கு நெட்வொர்க் மார்க்கெட்டிங் மிகச் சரியான இடத்தில் தன்னை நிலைநிறுத்திக் கொண்டுள்ளது.

உங்களை நீங்களே கேட்டுக் கொள்ள வேண்டிய கேள்வி இதுதான்: "நெட்வொர்க் மார்க்கெட்டிங் அடுத்தப் பத்தாண்டுகளில் பூதாகாரமாக வளர்வதை வேடிக்கை பார்க்கும் மக்களில் நானும் ஒருவனாக இருக்கப் போகிறேனா? அல்லது அது அவ்வாறு வளர்வதற்கு உதவுபவர்களில் நானும் ஒருவனாக இருப்பதோடு அதன் மூலம் இலாபங்களையும் சம்பாதிக்கப் போகிறேனா?"

முடிவுரை

இப்போது உங்களுடைய முறை!

ஆக்கிரமிக்க வரும் படைகளைத் தடுத்து நிறுத்தி விடலாம். ஆனால் நேரம் குறிக்கப்பட்டுவிட்ட ஓர் எண்ணத்தின் ஜனனத்தை யாராலும் தடுத்து நிறுத்த முடியாது.

- விக்டர் ஹ்யூகோ

காப்பியடிப்பதைப் பற்றிக் கூறும் ஒரு புத்தகத்தை நிறைவு செய்வதற்கான சிறந்த வழி, இயற்கையிலேயே காப்பியடிப்பதில் சிறந்து விளங்குபவற்றில் ஒன்றான புரொசஷனரி கம்பளிப்பூச்சியைப் பற்றிய கதையைச் சொல்வது. நம்மை வசீகரிக்கும் இச்சிறு பூச்சிகளுக்கு இப்பெயர் வரக் காரணம், ஒன்றன் பின் ஒன்றாக வரிசையில் ஒழுங்காக ஊர்வலமாகச் செல்லும் அவற்றின் விநோதமான பழக்கம்தான்.

புரொசஷனரி கம்பளிப்பூச்சிகள் தங்களுடைய சக பூச்சிகளின் நடவடிக்கைகளைப் பார்த்துக் காப்பியடிப்பதில் மிகவும் சிறந்தவை. உண்மையில், காப்பியடிப்பது மட்டுமே அவற்றுக்குத் தெரிந்த ஒரே விஷயம். அவற்றின் 'மந்தை உணர்வு' மிகவும் வலுவானது; அவை ஒரு குறிப்பிட்ட நேரத்தில்

ஒன்றன் பின் ஒன்றாக, இந்தக் கோடியிலிருந்து அந்தக் கோடி வரை, தனக்கு முன்னால் செல்லும் பூச்சியைப் பார்த்து மைல் கணக்கில் ஊர்வலமாகச் செல்லும் ஆற்றல் படைத்தவை.

பல வருடங்களுக்கு முன்பு, பிரான்சு நாட்டிலுள்ள ஓர் அறிவியலறிஞர் புரொசஷனரி கம்பளிப்பூச்சிகளின் 'மந்தை உணர்'வின் வலிமையைச் சோதிக்கத் தனிப்பட்ட முறையில் ஒரு பரிசோதனையை நடத்தினார். இப்பூச்சிகளுக்குப் பிடித்த உணவான இலைகளையும் நன்னீரையும் ஒரு பூந்தொட்டி முழுக்க நிரப்பி, அத்தொட்டியின் விளிம்பில் ஏராளமான கம்பளிப்பூச்சிகளை வைத்தார்.

அவர் எதிர்பார்த்தது போலவே, இப்பூச்சிகள் தங்களின் தலைமைக் கம்பளிப்பூச்சியைத் தொடர்ந்து ஒன்றன் பின் ஒன்றாகச் செல்ல ஆரம்பித்தன; பூந்தொட்டியின் விளிம்பைச் சுற்றி வரத் துவங்கின. சிறிது நேரம் கூட ஓயாமல், மணிக்கணக்கில், நாட்கணக்கில் அவை ஒன்றன் பின் ஒன்றாகத் தொடர்ந்து விளிம்பைச் சுற்றிச் சுற்றி வந்து கொண்டிருந்தன.

ஆச்சரியமான விஷயம் என்னவென்றால், உணவும் நீரும் அப்பூச்சிகளின் வாய்க்கெட்டும் தூரத்தில்தான் இருந்தன. ஆனாலும் அவற்றின் 'மந்தை உணர்வு' மிகவும் வலுவாக இருந்த காரணத்தால், ஒரு பூச்சி கூட அவற்றின் வரிசையை விட்டு வெளியேறவில்லை. தொடர்ந்து ஏழு நாட்கள் அயராது நடந்ததில் களைத்துப் போய் அனைத்துப் பூச்சிகளும் மடிந்தன.

நீங்கள் யாரைக் காப்பியடிக்கத் தேர்ந்தெடுக்கிறீர்கள்?

புரொசஷனரி கம்பளிப்பூச்சியைப் போன்று மனிதப் பிறவிகளான நமக்கும் 'மந்தை உணர்வு' மேலோங்கி இருக்கிறது. அதனால்தான் நாம் காப்பியடிப்பதில் சிறந்தவர்களாக இருக்கிறோம். அதிர்ஷ்டவசமாக நமக்கு நம்முடைய மந்தைக் குணத்தை ஈடுகட்ட நல்ல சிந்திக்கும் திறன் உள்ளது. பூச்சிகளைப் பொல் அல்லாமல், நம்மால் சிந்திக்கவும் பகுத்தறியவும் முடியுமென்பதால், நமக்குத் தேவையானவற்றைத் தேர்ந்தெடுக்கவும் முடியும்; ஏனெனில் பூச்சிகள், முழுவதுமாகத் தங்கள் உள்ளுணர்வுகளை மட்டுமே சார்ந்துள்ளன.

புரொசஷனரி கம்பளிப் பூச்சியைப் போலல்லாமல், மனிதர்கள் தங்கள் மந்தையை விட்டுப் பிரிந்து செல்வதைத் தன்னிச்சையாகத் தேர்ந்தெடுக்க முடியும். கடன், பிறரைச் சார்ந்திருத்தல், சந்தேகம், ஆகியவற்றுக்கு நம்மை இட்டுச் செல்லும் திட்டங்களை நாம் காப்பியடிக்காமல் இருக்கலாம். அல்லது செழிப்பிற்கும் அபரிமிதத்திற்கும் இட்டுச் செல்லும் திட்டங்களைக் காப்பியடிக்கலாம்.

நீங்கள் எப்படி? தனக்கு முன்னால் செல்லும் பூச்சியைக் கண்மூடித்தனமாகப் பின்பற்றிச் செல்லும் புரொசஷனரி கம்பளிப்பூச்சியைப் போல நீங்களும், மடிந்து, அல்லது பணப் பிரச்சனையால் நொடிந்து, அல்லது அரசாங்கத்தின் ஓய்வூதியத்தில் தட்டுத்தடுமாறி வாழ்க்கையை ஓட்டிக் கொண்டிருக்கும் 95 சதவீத 'மனித புரொசஷனரி கம்பளிப்பூச்சி'யில் ஒருவராக ஆகும் வரை உங்கள் மந்தையோடு சுற்றிச் சுற்றி வரப் போகிறீர்களா?

அல்லது உங்கள் மந்தையிலிருந்து விலகி, உண்மையான செல்வத்தை உருவாக்குவதற்கு உங்களை வழிநடத்தும் நிரூபிக்கப்பட்ட ஒரு திட்டத்தைப் பின்பற்றி 5 சதவீதத்தினரில் ஒருவராக ஆகப் போகிறீர்களா?

செல்வத்தை உருவாக்கும் ஓர் அமைப்பை எதற்காகப் பின்பற்ற வேண்டும்?

எதற்காக நீங்கள் உங்கள் நிலையிலிருந்து விலகி, செல்வத்தை உருவாக்கும் ஓர் அமைப்பைப் பின்பற்ற வேண்டும்? இக்கேள்விக்கு ஒரே வார்த்தையில் விடையளிக்க முடியும். அதுதான் விடுதலை!

கடனிலிருந்து ஒரேயடியாய் விடுதலை.

உங்களை எப்போதும் கண்கொத்திப் பாம்பாகப் பார்த்துக் கொண்டிருக்கும் உங்கள் முதலாளியிடமிருந்து அல்லது மேலதிகாரியிடமிருந்து விடுதலை.

செலவுகளைச் சமாளிப்பதற்காகப் பகுதி நேர வேலைக்குச் செல்வதிலிருந்து விடுதலை.

உங்களுடைய வேலை நேரத்தையும், விடுமுறை நாட்களையும் நீங்களே தீர்மானிக்கும் விடுதலை.

வேறு யாரோ ஒருவரின் கனவை நனவாக்குவற்குப் பதிலாக, உங்களுடைய சொந்தக் கனவை மெய்யாக்கக் கிடைக்கும் விடுதலை!

மிகக் குறைந்த பணத்திற்காக மிக அதிகமாக வேலை பார்ப்பதால் ஏற்படும் முழுநேர மன அழுத்தத்திலிருந்து விடுதலை.

உண்மையான செல்வம் என்பது விரும்பியதை

விரும்பிய நேரத்தில் செய்வதற்குப் போதுமான பணத்தையும் போதுமான நேரத்தையும் கொண்டிருப்பதுதான் என்று நான் முன்பு கூறியிருந்தது உங்களுக்கு நினைவிருக்கலாம்.

உண்மையான செல்வம், சுதந்திரம் என்னும் வார்த்தையைச் சுதந்திரமான தொழில் என்பதோடு மீண்டும் இணைத்து விடுகிறது. நண்பரே, மற்ற எல்லாக் காரணங்களையும் விட, நாம் செல்வத்தை உருவாக்கும் ஓர் அமைப்பை ஏன் காப்பியடிக்க வேண்டும் என்பதற்கான முக்கியக் காரணம் இதுதான்.

இப்போது உங்கள் முறை

உங்களால் முடியும்! நெட்வொர்க் மார்க்கெட்டிங்கில் வெற்றி பெறுவதற்குத் தேவையான அனைத்துத் திறமைகளும் உங்களிடம் இருக்கின்றன; ஏனெனில் நீங்கள் பிறவியிலேயே சிறப்பாகக் காப்பியடிக்கக் கூடியவர்! முடிவில்லாத ஒரு வட்டத்திற்குள் சுற்றிச்சுற்றி வரும் கம்பளிப்பூச்சிகளைக் காப்பியடிக்காமல், 95 சதவீத்தினராக இருப்பதிலிருந்து விலகி, உங்களுக்குச் செல்வத்தை உருவாக்கித் தரும் ஒரு திட்டத்தைக் காப்பியடிப்பதற்கான நேரம் வந்துவிட்டது.

மந்தையை விட்டுப் பிரிந்து, உண்மையான செல்வத்தையும் முழுமையான சுதந்திரத்தையும் உருவாக்குவதற்கான உங்களுடைய முறை இது!

இதிலுள்ள எளிய உண்மை என்னவென்றால், நீங்கள் ஏற்கனவே செய்து கொண்டிருக்காத எதையும் நீங்கள் செய்யத் தேவையில்லை! நீங்கள் ஏற்கனவே காப்பியடிப்பதில் சிறந்தவர் என்பதை மறக்க முடியாதல்லவா? எனவே, உங்களுடைய கனவுகளை

விட்டுக் கொடுக்கக் கட்டாயப்படுத்தும் ஒரு திட்டத்திற்குப் பதிலாக, அவற்றை நனவாக்குவதற்குத் துணை போகும் ஒரு திட்டத்தைக் காப்பியடிக்கும் நேரம் வந்துவிட்டது என்பதை ஒப்புக்கொள்கிறீர்களா?

விடை எல்லோரும் அறிந்ததே!

எதிர்காலத்தைப் பற்றிய உங்களுடைய உண்மையான பயங்கள் என்னென்ன?

உண்மையான செல்வத்தை உருவாக்கும் ஒரு செயல்முறையைப் பின்பற்றுவதைக் குறித்துப் பயப்பட ஏதுமில்லை. உண்மையான பயம் என்பது 95 சதவீத மக்களைப் போல் மடிந்து, பணமின்மையால் நொடிந்து, குடும்பம், தேவாலயம் அல்லது அரசாங்கம் ஆகியவற்றைச் சார்ந்திருக்கும் ஒருவராக மாறிவிடுவதுதான்.

உண்மையான பயம் என்பது உங்களுடைய திறமை உச்சக்கட்டத்தில் இருக்கும் சமயத்தில் சொற்பமான ஓய்வூதியத் தொகையுடன் ஓய்வு பெறுவதுதான்.

உண்மையான பயம் என்பது நம்மால் எதையும் சாதிக்க முடியும் என்பதை இதயபூர்வமாக அறிந்திருக்கும் போதும், சாதாரண வாழ்க்கையை அல்லது அதற்கும் கீழ்நிலையிலுள்ள வாழ்க்கையை ஏற்றுக் கொள்வதுதான்.

உண்மையான பயம் என்பது கனவுகள் ஒருபோதும் நனவாகச் சாத்தியப்படாத ஒரு செயல்முறையைப் பின்பற்றத் தேர்ந்தெடுத்து விட்டதால், உங்கள் கனவுகளையே மூட்டை கட்டி வைத்துவிடும் நிலையில் இருப்பதுதான்.

நண்பரே, எதையுமே எதிர்மறையாகச் சிந்திக்கும் மக்கள் உங்கள் கனவுகளை உங்களிடமிருந்து பறிப்பதை ஒருபோதும் அனுமதிக்காதீர்கள்! எதிர்மறையாகச் சிந்திக்கும் மக்கள் புரொசஷனரி கம்பளிப்பூச்சிகளைப் போன்றவர்கள். மாதச் சம்பளத்தை எதிர்பார்த்து வாழ்க்கை நடத்த வகை செய்யும் தங்கள் அமைப்பை, அது முடிவில்லாத வட்டத்திற்குள் சுற்றிச் சுற்றி வரச் செய்யும் விதத்தில் இருக்கும்பட்சத்திலும், அதையே நீங்கள் தேர்ந்தெடுத்துப் பின்பற்ற வேண்டும் என்று உங்களைக் கட்டாயப்படுத்துவார்கள்.

வாய்ப்புகள் ஒருபோதும் தவறவிடப்படுவதில்லை

செல்வத்தை உருவாக்கி விடுதலை பெறுவதற்கான உங்கள் முறை இது. ஆனால், நீங்கள் முற்றிலும் புதிய ஒரு திட்டத்தைக் காப்பியடிக்கத் துவங்க வேண்டும். ஒன்றை எப்போதும் நினைவில் கொள்ளுங்கள். வாய்ப்புகள் வரும்போது அவற்றைப் பயன்படுத்திக் கொள்ள வேண்டும்; நீங்கள் அவற்றுக்குத் தயாராக இருப்பதாக நினைக்கும் வரை காத்திருக்கக் கூடாது.

வாய்ப்புகள் குறித்து என் கருத்து இதுதான்: 'வாய்ப்புகள் ஒருபோதும் தவற விடப்படுவதில்லை. வேறு யாரோ ஒருவர் அவற்றை முதலில் பயன்படுத்திக் கொள்கின்றார்.'

இந்த வாய்ப்பை நீங்கள் நழுவ விட்டு விடாதீர்கள். உங்களால் முடியும். நீங்கள் காப்பியடிப்பதில் ஏற்கனவே சிறந்தவர். கிளை உரிமத்திற்குப் பிறகு துவங்கியிருக்கும் மாபெரும் பொருளாதார இயக்கத்தை உங்களுக்குச் சாதகமாகப்

பயன்படுத்தி, செல்வத்தை உருவாக்குவதற்கான ஒரு வாய்ப்பை உங்களுக்கு நீங்களே கொடுத்துக் கொள்ளுங்கள்.

நாற்பது வருடங்களுக்கு முன்பு கிளை உரிமம் இருந்த நிலையில், இன்று உலகளாவிய நெட்வொர்க் மார்க்கெட்டிங் உள்ளது. வருடத்திற்கு 110 பில்லியன் டாலர்களுக்கு மேல் ஈட்டும் வியாபாரம் இது. அடுத்துப் பத்து வருடங்களுக்குள் இது 1 டிரில்லியன் டாலர்களைக் குவிக்கும் என்று தீர்மானிக்கப் பட்டுள்ளது!

இனிமேலும் காத்திருக்காதீர்கள்! இதில் ஈடுபடுவதற்கு இதைவிடச் சிறந்த நேரம் கிடைக்காது. உலகளாவிய இயக்கத்தின் துவக்கத்தில் இன்று உங்களை நீங்கள் நிலைநிறுத்திக் கொள்ளலாம். 5 சதவீதத்தினராக ஆவதற்கான உங்கள் முறை இது. எனவே, வேறு யாரேனும் எடுத்துக் கொள்வதற்கு முன்பாக, இந்த வாய்ப்பை நீங்கள் பயன்படுத்திக் கொள்ளுங்கள்.

நீங்கள் காப்பியடிப்பதில் மிகச் சிறந்தவர்.

வெற்றி பெறுவதற்குத் தேவையான அனைத்துத் திறமைகளும் உங்களிடம் இருக்கின்றன.

இதைவிடச் சிறந்த நேரம் இருக்க முடியாது.

நீங்கள் இதற்கு முழுத் தகுதியுடையவர்.

செல்வத்தை உருவாக்கும் வழியைக் காப்பியடிக்க, இது உங்களுடைய முறை!

நாகலட்சுமி சண்முகம்

மொழிபெயர்ப்பாளர்

நாகலட்சுமி மிகச் சிறந்த ஊக்குவிப்புப் பேச்சாளர். மக்களிடம் பரிபூரண மாற்றம் கொண்டுவரும் கருத்தரங்குகளை இவர் நடத்தி வருகிறார். இந்தியாவின் முதல் Passion Test பயிற்றுவிப்பாளரான இவர், தங்களுடைய வாழ்வின் நோக்கத்தையும் இலட்சியக் கனவுகளையும் கண்டுகொள்ள ஆயிரக்கணக்கானவர்களுக்கு உதவியுள்ளார். அமெரிக்காவின் தலைசிறந்த ஊக்குவிப்புப் பயிற்சியாளர்களில் ஒருவரும் Chicken Soup for the Soul புத்தகங்களின் இணையாசிரியருமான ஜாக் கேன்ஃபீல்டிடம் அமெரிக்கா சென்று நேரடிப் பயிற்சி பெற்றவர். ஜாக் கேன்ஃபீல்டின் உலகப்புகழ் பெற்ற 'வெற்றிக் கொள்கைகளை' மக்களுக்கு கற்றுக் கொடுக்க உலகெங்கிலும் இருந்து தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட 100 பேரில் நாகலட்சுமியும் ஒருவர். தற்போது இந்தியா முழுவதும் பயணம் செய்து இவர் கருத்தரங்குகளை நடத்தி வருவதோடு சொற்பொழிவுகளையும் ஆற்றிவருகிறார்.

முழுநேரப் பேச்சாளராக ஆவதற்கு முன்பு, பத்து வருடங்கள் கணினித் துறையில் தலைமைப் பொறுப்பு உட்பட, பல பதவிகளை வகித்தவர்.

தமிழக நாடகத் துறையின் முன்னோடி மேதைகளான டிகேஎஸ் சகோதரர்களில் ஒருவரான திரு முத்துசாமி அவர்களின் பேத்தியான நாகலட்சுமியிடம் இருந்த இயல்பான தமிழ்ப் பற்றும் புலமையும் அவரைத் தமிழ் மொழிபெயர்ப்புத் துறைக்கு இழுத்து வந்துள்ளது. தரணியெங்கும் உள்ள தலைசிறந்த விஷயங்கள் எல்லாம் தமிழாடை உடுத்திப் பவனி வரவேண்டும் என்பது இவரது பேரார்வம். அதற்குத் தன் சிறு பங்களிப்பு முயற்சியாக உலகின் சிறந்த சுயமுன்னேற்றப் புத்தகங்களைத் தமிழில் மொழிபெயர்த்து வருகிறார்.

தற்போது தனது கணவருடனும் இரு குழந்தைகளுடனும் மும்பையில் வசித்து வருகிறார்.

காப்பிகேட் மார்க்கெட்டிங் 101

பரிசீலனைக் குறிப்புகள்

செல்வம் = சுதந்திரம்

- கடனிலிருந்து சுதந்திரம்
- மேலதிகாரியிடமிருந்து சுதந்திரம்
- மன இறுக்கத்திலிருந்து சுதந்திரம்

வெற்றிக்கான பழைய பாதை: H x N = I

(இதன் மற்றொரு பெயர்: "பணத்திற்காக நேரத்தைக் காவு கொடுத்தல்")

H (நேரக் கூலி) X N (வேலை செய்த மணித்துளிகள்) = I (வருவாய்)

வெற்றிக்கான புதிய பாதை: $T \times E^2 = \$$

(இதன் மற்றொரு பெயர்: "பன்மடங்காகுதலின் சக்தி")

T(முதலீட்டு நேரம்)X E^2 (பன்மடங்கு வளர்ச்சி) = $ (பொருளாதாரச் சுதந்திரம்)

நேர்க்கோட்டு வளர்ச்சி: 5 + 5 = 10 (வரம்புக்குட்பட்டது!)

பன்மடங்கு வளர்ச்சி: $5^2 = 25$ (வரம்பற்றது!)

எந்தப் பாதையை நீங்கள் தேர்ந்தெடுக்க விரும்புகிறீர்கள்?

பணத்திற்காக நேரத்தைக் காவு கொடுக்கப் போகிறீர்களா?

அல்லது செல்வத்தை உருவாக்கப் போகிறீர்களா?

பர்க் ஹெட்ஜஸ்

இப்புத்தகம், சுதந்திரமாய்த் தொழில் புரிதல் மற்றும் தனிநபர் வளர்ச்சி குறித்த இவரது நான்காவது புத்தகம்



Published by:



PENTAGON PRESS

Marketed by:



₹95

ISBN 978-81-8274-576-6

